

2008

INFORME DE
RESPONSABILIDAD
SOCIAL CORPORATIVA

PRINCIPIOS ÉTICOS

DESARROLLO SOSTENIBLE

VISIÓN ESTRATÉGICA

GESTIÓN INTEGRADA

COMPROMISO

ACCESIBILIDAD

TRANSPARENCIA

CERCANÍA

EDUCACIÓN

PROMOCIÓN LABORAL

SALUD

MICROFINANZAS

IMPACTO AMBIENTAL

PREVENCIÓN DE DELITOS FINANCIEROS

ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO

CRECIMIENTO PARA COLABORADORES

BENEFICIOS PARA CLIENTES

CALIDAD DE SERVICIO

CADENA DE VALOR



EL INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)
ES UNA HERRAMIENTA QUE REFLEJA NUESTRA GESTIÓN ECONÓMICA,
SOCIAL Y AMBIENTAL.

ACOMPaña NUESTRA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS A LARGO PLAZO Y
PROMUEVE LA COMUNICACIÓN CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS.

MEDIANTE ESTE DOCUMENTO, PROFUNDIZAMOS LA TRANSPARENCIA
EN NUESTRA RENDICIÓN DE CUENTAS Y REPORTAMOS NUESTRAS
POLÍTICAS, PRÁCTICAS Y PROGRAMAS, A TRAVÉS DE RESULTADOS Y
HECHOS CONCRETOS.



MENSAJE DEL PRESIDENTE

04



AVANZAR EN LA RENDICIÓN DE CUENTAS ES AVANZAR EN LA GESTIÓN

06



BANCO GALICIA EN NÚMEROS

08



GOBIERNO CORPORATIVO

GESTIÓN
DE RIESGOS

PREVENCIÓN
DE DELITOS
FINANCIEROS

10



BANCO GALICIA COMO ACTOR SOCIAL

12



CLIENTES: COMPROMISO CON LA ÉTICA COMERCIAL

PERSONAS

EMPRESAS

ATENCIÓN A
CLIENTES

16



EMPLEADOS: COMPROMISO CON EL CRECIMIENTO

GESTIÓN DEL
CAMBIO

PROGRAMAS DE
FORMACIÓN

BENEFICIOS

28



FUNDACIÓN
BANCO GALICIA

36



COMUNIDAD:
COMPROMISO
CON LA
EQUIDAD SOCIAL

VALOR A TU
FUTURO

VALOR A TU
DESARROLLO

VALOR A TU
SALUD

PRIAR

38



PROVEEDORES:
COMPROMISO
CON LA
TRANSPARENCIA

50



AMBIENTE:
COMPROMISO
CON EL
ANÁLISIS DE
IMPACTO

IMPACTO
AMBIENTAL
INDIRECTO

IMPACTO
AMBIENTAL
DIRECTO

54



INDICADORES
PRIMARIOS
DE DESEMPEÑO
SOCIAL

59



INDICADORES
GRI
PACTO GLOBAL

60



INFORME DE
VERIFICACIÓN

62

TENGO EL AGRADO DE PRESENTARLES EL INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA 2008 A TRAVÉS DEL CUAL COMUNICAMOS EL DESEMPEÑO Y LA ESTRATEGIA ECONÓMICA, SOCIAL Y AMBIENTAL DE NUESTRA ENTIDAD • EN BANCO GALICIA ESTAMOS CONVENCIDOS QUE NUESTRA POSICIÓN DE LIDERAZGO EN EL TIEMPO SE FUNDA EN NUESTRA INTEGRIDAD ORGANIZACIONAL, PRINCIPIOS ÉTICOS Y CALIDAD DE SERVICIOS •

EL 2008 FUE UN AÑO SUMAMENTE COMPLEJO PARA LA ECONOMÍA Y EL SISTEMA FINANCIERO INTERNACIONAL, PRODUCTO DE UNA CAÍDA SIGNIFICATIVA DEL CRÉDITO Y DEL VALOR DE LOS PRECIOS DE LOS ACTIVOS, QUE AFECTÓ SERIAMENTE EL NIVEL DE ACTIVIDAD Y EL COMERCIO MUNDIAL • EL SISTEMA FINANCIERO ARGENTINO NO ESTUVO AJENO A ESTE COMPORTAMIENTO LO QUE DERIVÓ EN UN MUY BAJO CRECIMIENTO DE LOS AGREGADOS MONETARIOS Y DE LOS PRÉSTAMOS • EN ESTE CONTEXTO, EN EL BANCO TRABAJAMOS PARA REAFIRMAR UNA GESTIÓN CERCANA Y COMPROMETIDA CON LAS NECESIDADES DE CADA UNO DE NUESTROS CLIENTES •

AL FINAL DEL EJERCICIO DE 2008, LLEGAMOS A MÁS DE 1.800.000 CLIENTES PERSONAS Y A CASI 46.000 EMPRESAS MEDIANTE UNA RED DE DISTRIBUCIÓN PRESENTE EN TODO EL PAÍS • LOS PRÉSTAMOS OTORGADOS AL SECTOR PRIVADO POR EL BANCO ASCENDIERON A 8.118 MILLONES DE PESOS •

TODO ELLO FUE POSIBLE GRACIAS A QUE CONTAMOS CON 5.324 EMPLEADOS QUE TOMAN EL NEGOCIO COMO PROPIO • LA CULTURA E HISTORIA DEL BANCO, POR SU PARTE, SE CARACTERIZA POR PROMOVER EL DESARROLLO INTEGRAL DE LAS PERSONAS Y FOMENTAR EL EQUILIBRIO ENTRE VIDA LABORAL Y PERSONAL •

LA FORTALEZA DEL EQUIPO FORMADO POR EMPLEADOS, DIRECTORIO Y ACCIONISTAS NOS SIGUE ALINEANDO BAJO UN MISMO OBJETIVO: PRESTAR SERVICIOS FINANCIEROS INTEGRALES Y DE EXCELENCIA, SIN AMENAZAR LOS RECURSOS, LOS INGRESOS Y EL AMBIENTE PARA LAS GENERACIONES FUTURAS •

OPERAMOS BAJO LOS PRINCIPIOS DE TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN A LOS MERCADOS; ADHERIMOS AL CÓDIGO DE PRÁCTICAS BANCARIAS Y SOMOS MIEMBROS DEL GRUPO PROMOTOR DEL PACTO GLOBAL DE LAS NACIONES UNIDAS • NUESTRO CÓDIGO DE ÉTICA PARA EMPLEADOS Y EL DE CONDUCTA PARA PROVEEDORES, OTORGAN EL MARCO PARA ORIENTAR SUS ACCIONES Y CONDUCTAS A NUESTRAS POLÍTICAS •

A NIVEL AMBIENTAL, ESTE AÑO ESTUVO SIGNADO POR LA CONSOLIDACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS PRINCIPIOS DE ECUADOR, MARCO COMÚN PARA GESTIONAR Y EVALUAR RIESGOS DE PROYECTOS DE INVERSIÓN, Y POR NUESTRA ADHESIÓN AL CARBON DISCLOSURE PROJECT (CDP), EL MAYOR PROYECTO GLOBAL SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO Y MERCADO FINANCIERO •

COMPLEMENTANDO NUESTRAS ACCIONES PARA AGREGAR VALOR A LA SOCIEDAD, HEMOS COMENZADO UN PROCESO DE INVERSIÓN EN INSTITUCIONES DE MICROFINANZAS • POR SU INTERMEDIO, BRINDAMOS MICROCRÉDITOS A PERSONAS DE BAJOS INGRESOS PARA QUE PUEDAN IMPULSAR SUS PROPIOS EMPRENDIMIENTOS • COMO ENTIDAD BANCARIA, ESTAMOS CONVENCIDOS QUE EL ACCESO AL CRÉDITO REPRESENTA UNA SALIDA SUSTENTABLE PARA EL DESARROLLO PERSONAL, FAMILIAR Y COMUNITARIO •

TAMBIÉN NOS LLENA DE ORGULLO QUE EL PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO (PRIAR), SURGIDO POR INICIATIVA DE EMPLEADOS Y EX EMPLEADOS DEL BANCO, SIGA TRABAJANDO SOLIDARIAMENTE PARA QUIENES MÁS LO NECESITAN • LUEGO DE 6 AÑOS DESDE SU FORMACIÓN ESTÁ PRÓXIMO A INCORPORAR SU PROYECTO NÚMERO 100 • EL COMPROMISO DE MÁS DE SUS 3.000 VOLUNTARIOS SIGUE CONSOLIDÁNDOSE Y SE TRADUCE EN MÁS DE 14.000 PERSONAS BENEFICIADAS, ABARCANDO TODAS LAS EDADES Y LAS MÁS DIVERSAS REGIONES DEL PAÍS •

EL INFORME 2008 ESTÁ ENRIQUECIDO POR LOS TESTIMONIOS DE RECONOCIDOS LÍDERES DE OPINIÓN, A QUIENES AGRADEZCO POR SUS DEVOLUCIONES •

EN NOMBRE DEL DIRECTORIO, QUE TENGO EL HONOR DE PRESIDIR, QUISIERA RECONOCER A TODAS LAS PERSONAS Y ORGANIZACIONES QUE ACOMPAÑAN NUESTRA TRAYECTORIA • DISTINGO MUY ESPECIALMENTE A TODOS LOS COLABORADORES DEL BANCO PORQUE SU DEDICACIÓN Y RESPONSABILIDAD MARCAN LA DIFERENCIA, A NUESTROS CLIENTES Y PROVEEDORES POR SU SUSTENTO Y A LOS ACCIONISTAS POR SU CONSTANTE COMPROMISO Y RESPALDO •

ESTE DOCUMENTO ES MUCHO MÁS QUE UNA DESCRIPCIÓN DE NUESTRAS POLÍTICAS Y PROGRAMAS, ES UNA HERRAMIENTA DE TRABAJO QUE TODOS LOS AÑOS NOS PERMITE DELINEAR LOS DESAFÍOS QUE ENFRENTAREMOS •



Antonio R. Garcés
Presidente
Banco de Galicia y Buenos Aires S.A.

2005



2006



2007



AVANZAR EN LA RENDICIÓN DE CUENTAS ES AVANZAR EN LA GESTIÓN

En Banco Galicia promovemos un modelo de negocios, orientado al desarrollo sostenible, que considera el rol público de la empresa privada. La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) implica, para nosotros, establecer relaciones éticas y transparentes con cada uno de nuestros grupos de interés definidos: empleados, clientes, accionistas, proveedores y comunidad. A través de todas las acciones detalladas en este Informe renovamos nuestro compromiso de trabajar en la creación de valor para mejorar nuestro desempeño económico, social y ambiental.

Concebimos al Informe como parte del proceso de profesionalización de la gestión de la RSC en cada una de las áreas del negocio. Su elaboración promueve la identificación de nuevas oportunidades de mejora, orientadas a seguir progresando en nuestra actividad de acuerdo con lineamientos éticos.

Por segundo año realizamos este Informe en base a los indicadores internacionales de la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI)¹ y el Balance Social de IBASE². GRI es una organización internacional que provee el marco voluntario más aceptado a nivel mundial para la realización de Informes de RSC. En noviembre de 2008 se lanzó la versión final de los Suplementos Sectoriales para el Sector Financiero. En Banco Galicia consideramos estratégico seguir a la vanguardia en nuestros reportes y es por ello que elaboramos este Informe bajo los nuevos indicadores.

Nuestro esfuerzo y dedicación fue reconocido por Naciones Unidas con la mención de “Comunicación Notable sobre el Progreso” por haber seguido en el Informe de RSC 2007 todos los elementos recomendados en la Guía para la Elaboración de la Comunicación sobre el Progreso del Pacto Global.

1. www.globalreporting.org

2. www.balancosocial.org.br

3. Asesor de la ONU, la CEPAL, el BID, la OIT, PNUD, entre otros organismos.



“BANCO GALICIA ES UNA DE LAS ORGANIZACIONES LÍDERES DEL SISTEMA FINANCIERO ARGENTINO. SU CONDUCTA EN RSC IMPORTA MUCHO TANTO POR EL IMPACTO DIRECTO DE LOS PROGRAMAS QUE DESARROLLA COMO POR LO QUE IMPLICA COMO EJEMPLO PARA LAS EMPRESAS NACIONALES. EN AMBOS CAMPOS VIENE HACIENDO MUY IMPORTANTES APORTES. LOS PROGRAMAS DE RSC QUE HA DESARROLLADO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS APUNTAN A OBJETIVOS SOCIALES RELEVANTES, ESTÁN MUY BIEN DISEÑADOS, TIENEN METAS MUY CONCRETAS RESPECTO A LAS CUALES PUEDEN MEDIRSE, Y HAN OBTENIDO RESULTADOS DE ALTA CONSIDERACIÓN. SE OBSERVA ASIMISMO UNA PERMANENTE EXPANSIÓN DE LOS PROGRAMAS QUE INDICA LA PRIORIDAD EFECTIVA QUE SE LES ASIGNA EN LAS POLÍTICAS CORPORATIVAS.

EL BANCO HA ASUMIDO LA RSC COMO SE PLANTEA EN LAS ORGANIZACIONES EMPRESARIALES DE VANGUARDIA DEL MUNDO: “COMO LA MANERA DE LLEVAR ADELANTE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN EL SIGLO XXI”; ES CONSECUENTE CON ELLO EN TÉRMINOS DE SUS ACCIONES, VIENE ACENTUANDO Y PROFUNDIZANDO SU ACCIÓN EN LA MATERIA, Y ES LA PRIMERA ORGANIZACIÓN FINANCIERA DEL PAÍS QUE CUENTA CON UN BALANCE SOCIAL CERTIFICADO POR UNA AUDITORIA LÍDER A NIVEL MUNDIAL. TODO ELLO ENVÍA UN MENSAJE MUY CONCRETO, ESTIMULANTE E INSPIRADOR, PARA EL EMPRESARIADO ARGENTINO PORQUE AUNQUE HAN HABIDO AVANCES, TODAVÍA QUEDA UN LARGO CAMINO POR RECORRER EN RSC.”

BERNARDO KLIKSBERG

Asesor de organismos internacionales.
Experto en Responsabilidad Social Corporativa³



NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS PARTICIPAN

Dado que la RSC es para nosotros un concepto transversal que recorre la cadena de valor del negocio, todas las áreas del Banco participan activamente en el proceso de recolección de información y revisión de contenidos. Relevamos también la opinión de nuestros grupos de interés externos, para así poder mejorar la gestión social y ambiental en el futuro.

Este trabajo forma parte del Análisis de Materialidad⁴ que tiene como objetivo incluir en el Informe de RSC 2008 contenidos relevantes tanto para nuestros grupos de interés como para nuestro negocio.

Principales resultados de la encuesta sobre el Informe de RSC 2007:

Llevamos adelante una encuesta telefónica, realizada por una consultora independiente, para identificar nuevas oportunidades de mejora.

La muestra, como todos los años, incluyó clientes (individuos y empresas), proveedores, comunicadores, representantes de organizaciones de la sociedad civil, líderes de opinión, entre otros.

El estudio reveló que:

- El 84,5% leyó el Informe en profundidad, mostrando que el interés se mantiene año tras año.
- La calificación general del Informe fue de 8,63/ 10.
- El capítulo de Clientes fue el que captó mayor interés, seguido por el de Comunidad.

- El 46,6% respondió que los programas de educación son a los que el Banco debería dar mayor prioridad en la asignación de recursos.
- El 83,5% manifestó estar interesado en seguir recibiendo los Informes de RSC de Banco Galicia.

En base al análisis de estos resultados, el Informe sigue la estructura y los lineamientos generales del anterior. Sin embargo, en 2007 se respondieron el 74% de los indicadores de la categoría C del G3, mientras que en 2008 se contestó el 100%⁵. Como respuesta a los grupos de interés que opinaron que el Informe contenía mucha información, también publicamos una versión resumida del documento.

LOS VALORES QUE SUSTENTAN NUESTRAS ACCIONES

Nuestra estrategia de RSC está fundamentada en los valores y principios de Banco Galicia. Los Principios y Propósitos, y el Código de Ética definen los lineamientos básicos que deben seguir nuestros empleados para trabajar en un buen ambiente laboral y desarrollar acciones para beneficio de todos. Para hacer efectiva su aplicación, difundimos y capacitamos periódicamente a los colaboradores del Banco.

Todos los empleados pueden denunciar cualquier violación a nuestro Código de Ética mediante un procedimiento estandarizado.

4. Principio de Materialidad de la Guía 2006 de la Iniciativa de Reporte Global: La información contenida en el Informe deberá cubrir aquellos aspectos e indicadores que reflejen los impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de la organización o aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.

5. En el año 2007 se respondieron 59 indicadores de desempeño mientras que, en 2008, contestamos 79.

PRINCIPIOS Y PROPÓSITOS DEL BANCO

PRINCIPIOS BÁSICOS

El desarrollo de las actividades diarias de la Institución se basa en la práctica y la defensa de las cualidades de la honestidad, la ética comercial y el cumplimiento de las normas legales. Estos principios, unidos a la de una gestión prudente en la asunción de los riesgos del negocio -comercial, financiero y operativo-, guían la conducta de sus integrantes en forma permanente.

PROPÓSITOS FUNDAMENTALES

- Obtener un nivel de rentabilidad consistente con el capital invertido, la adecuada distribución periódica de utilidades y el crecimiento sostenido de las operaciones, preferentemente desde posiciones de liderazgo en el mercado financiero argentino.
- Satisfacer las necesidades de ahorro, inversión, crédito y servicios financieros de la familia y la empresa radicadas en la República Argentina, con una adecuada presencia en los mercados financieros del exterior.
- Mantener una línea de servicios y productos amplia y actualizada, de manera que atienda los fines de todos los sectores de la población y todas las empresas, que otorgue un nivel elevado de calidad en el servicio y constituya relaciones estables con los clientes.
- Desarrollar un flujo de innovación tecnológica permanente, condicionando al criterio de equilibrio entre las necesidades de calidad del servicio y la relación costo/beneficio de las inversiones requeridas.
- Mantener una cultura institucional integradora que fomente la fidelidad y el apego de empleados y funcionarios a la empresa, brindar la posibilidad de desarrollo laboral y profesional a sus integrantes, y proveer recursos humanos aptos para la obtención de los Propósitos ante enunciados.
- Contribuir a la realización humana y socio-económica de los integrantes de la institución, como así también al desarrollo de las comunidades en las que desenvuelve su actividad.



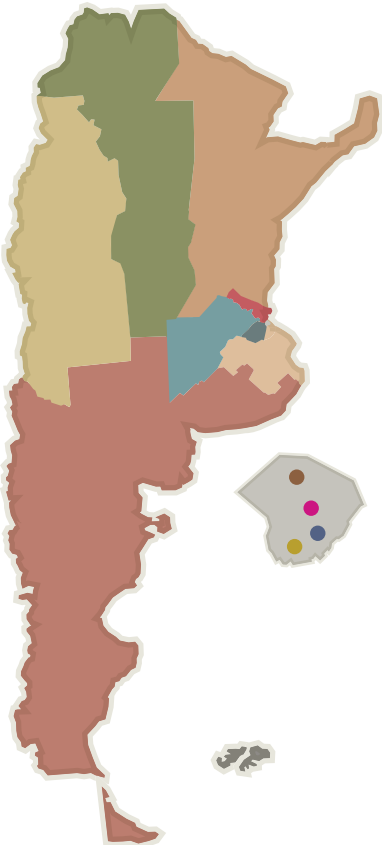
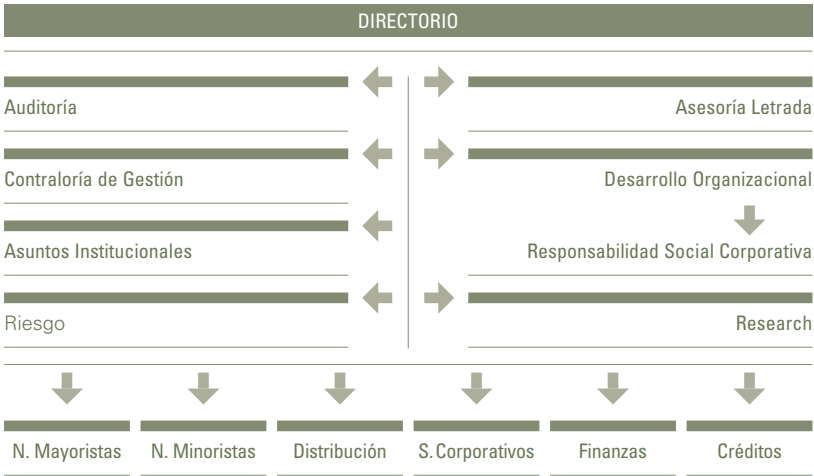
ORGANIZACIÓN

Somos uno de los principales bancos privados del sector financiero argentino. Ofrecemos productos y servicios financieros a una gran variedad de clientes individuales y corporativos a través de una red de canales de distribución tradicionales y alternativos en constante evolución. Esto hace que hoy en día estemos ubicados en el tercer lugar en depósitos y préstamos totales entre los bancos privados⁶.

GRUPO FINANCIERO GALICIA

El Grupo Financiero Galicia S.A. (GFG)⁷, entidad holding de servicios financieros organizada según la legislación argentina, posee el 94,7% del capital social y de los votos de Banco Galicia.

6. Fuente: BCRA con información a diciembre 2008.
 7. www.gfgsa.com



- Región 1**

 - ZONA 01: METRO I
 - ZONA 02: METRO III
 - ZONA 03: OESTE
 - ZONA 04: NORTE
 - ZONA 05: MEDITERRÁNEA
 - ZONA 06: PATAGONIA / MAR DEL PLATA
- Región 2**

 - ZONA 07: METRO II
 - ZONA 08: METRO IV
 - ZONA 09: SUR
 - ZONA 10: PCIA. BS. AS.
 - ZONA 11: SANTA FE / NEA
 - ZONA 12: CORDILLERA



RED DE SUCURSALES

En 2008 diseñamos una nueva estructura de red de sucursales para adecuarnos a los cambios producidos en el sector financiero y no sobredimensionar nuestra organización. Esta red de 238 sucursales se divide en 12 nuevas zonas en todo el país y permitirá mantener un seguimiento cercano de las operaciones, asegurando así la calidad de nuestra gestión.

8. Para el ejercicio.

9. Remuneraciones, cargas sociales, servicios de lunch, más beneficios (asistencia médica, uniformes y equipos, capacitación y otros).

10. Incluye residentes en el exterior.

11. Sólo Banco de Galicia y Buenos Aires de Argentina. Con base en la información diaria publicada por el Banco Central de la República Argentina.

12. Ingresos financieros netos, excluyendo el resultado por valuación de activos del sector de acuerdo a normas del Banco Central, más ingresos por servicios netos. Incluye también el resultado de aforos por operaciones de pase contabilizadas en utilidades diversas.

BANCO GALICIA EN NÚMEROS - AÑO 2008

BANCO DE GALICIA Y BUENOS AIRES S.A.⁸

	Unidad	Al 31 de diciembre de 2008	Al 31 de diciembre de 2007
PERSONAL			
Empleados	cantidad	5.324	5.164
Inversión en personal ⁹	millones de pesos	618	435
CLIENTES			
Clientes	cantidad	1.865.157	1.714.221
- Personas	cantidad	1.819.275	1.670.700
- Empresas	cantidad	45.882	43.521
PRODUCTOS Y SERVICIOS			
Préstamos totales	millones de pesos	9.899	9.907
Préstamos al sector privado no financiero ¹⁰	millones de pesos	8.118	8.586
- Personas	millones de pesos	3.224	2.606
- Empresas	millones de pesos	4.894	5.832
Tarjetas de crédito administradas	cantidad	1.232.328	1.101.645
PARTICIPACIÓN DE MERCADO¹¹			
Depósitos totales	%	5,93	6,32
Depósitos del sector privado	%	7,59	8,23
Préstamos totales	%	6,17	7,43
Préstamos al sector privado	%	6,13	7,76
PLATAFORMA DE DISTRIBUCIÓN			
Sucursales en la Argentina	cantidad	238	232
- Capital y GBA	cantidad	136	135
- Interior	cantidad	102	97
Canales alternativos			
- Cajeros automáticos	cantidad	620	575
- Terminales de autoservicio	cantidad	754	613
- Transacciones de e-banking	cantidad	84.983.204	56.080.966
- Transacciones de banca telefónica	cantidad	6.487.000	6.683.541
IMPUESTOS NACIONALES, PROVINCIALES Y MUNICIPALES⁸			
Contribución total propia	millones de pesos	472	318
Impuestos por cuenta de terceros	millones de pesos	24.682	17.681
- Retenciones	millones de pesos	2.958	2.095
- Recaudaciones	millones de pesos	21.724	15.586
INFORMACIÓN FINANCIERA			
Ingresos operativos netos ¹²	millones de pesos	1.531	1.061
Resultado neto del ejercicio	millones de pesos	195,2	30
Inversión en bienes de uso y otros	millones de pesos	147	157



RESPONSABILIDAD EN LA TOMA DE DECISIONES

El Directorio, máximo órgano de gobierno del Banco, supervisa todas las áreas del negocio y las alinea bajo una misma visión estratégica. Desempeña funciones ejecutivas clave para la actividad bancaria y lidera, con compromiso y convicción, los desafíos de una triple línea de gestión: económica, social y ambiental.

Está conformado por siete Directores Titulares con funciones ejecutivas, dos

Directores Titulares Independientes¹³ y cinco Directores Suplentes. Sus miembros integran comisiones de trabajo con responsabilidades específicas¹⁴ a fin de analizar el negocio, evaluando los resultados, la competitividad y el impacto del Banco en la sociedad. Sus decisiones recorren toda la cadena de valor.

El Directorio impulsa políticas de RSC que promueven comportamientos innovadores en la entidad. Con la Gerencia de RSC, mantiene reuniones semestrales de seguimiento, evaluación y definición

de objetivos vinculados con el desarrollo sostenible. Además, sus miembros representan al Banco en organizaciones bancarias y empresarias donde se debate sobre la gestión corporativa basada en principios éticos.

Los Directores y las altas gerencias reciben una remuneración fija y otra variable, acorde a los valores del sistema financiero, que depende de la gestión y el desempeño a lo largo del año.

13. Según el criterio de independencia de las normas de la Comisión Nacional de Valores (CNV).

14. Ver Informe de RSC 2007 por detalle de Comisiones y sus responsabilidades.

GESTIÓN DE RIESGOS¹⁵

El Directorio de Banco Galicia es consciente del aporte fundamental que un sistema financiero sólido y creíble brinda al crecimiento económico y al desarrollo de la sociedad. A través de una gestión integrada de los Riesgos Financieros, Operacionales, Crediticios y el suministro de información clara, contribuimos a la transparencia de los datos y a la disciplina del mercado.

Para cumplir con los objetivos propuestos, contamos con la Gerencia de Administración de Riesgos, órgano que depende directamente del Directorio del Banco. Entre sus principales logros se encuentran:

- **Riesgos financieros:** realizó en 2008 una revisión de la Política de Liquidez y de la Política de Riesgo de Cross Border que regula las exposiciones a riesgo en jurisdicciones internacionales. Continuó con el control de las exposiciones a riesgo de forma tal de mantener adecuados niveles de liquidez y solvencia.
- **Riesgo crediticio:** consolidó la gestión de los "Principios de Ecuador": lineamientos establecidos por la Corporación Financiera Internacional (CFI) que garantizan que se otorgue financiamiento sólo a proyectos gestionados con responsabilidad social y ambiental.
- **Riesgo operacional:** creó la Unidad de Riesgo Operacional para mejorar los estándares de calidad y de servicio al cliente. Esta Unidad tiene como objetivo gestionar el riesgo operacional inherente a productos, actividades, procesos y sistemas, procesos de tecnología y seguridad de la información, así como a riesgos derivados de las actividades subcontratadas y servicios prestados por proveedores. También capacitó a los colaboradores del Banco sobre los alcances y los objetivos de este nuevo modelo de gestión del riesgo operacional.

PREVENCIÓN DE DELITOS FINANCIEROS

Uno de nuestros principales roles como entidad bancaria en la sociedad es la prevención de delitos financieros. Cumplimos con el marco regulatorio vigente nacional e internacional, desarrollamos iniciativas para impedir que nuestros productos sean utilizados con fines delictivos e implementamos acciones de capacitación a nuestro personal para la prevención y detección temprana de cualquier incidente en este ámbito.

Además, rediseñamos los cursos de capacitación acorde a las mejores prácticas internacionales, y nuestro personal participó en seminarios nacionales e internacionales con motivo de incrementar los conocimientos para la prevención. A esto se le sumó la visita de un experto internacional de FIBA - Florida International Bankers Association- quien capacitó a directores y gerentes.

PREVENCIÓN DE LAVADO DE DINERO

	PARTICIPANTES		HORAS	
	2008	2007	2008	2007
Cursos presenciales	563	448	2.330	5.527
Cursos a distancia	735	260	1.293	1.068
Total	1.298	708	3.623	6.595

15. La confianza de los inversores es una variable clave para el desarrollo del mercado de capitales. Por eso, aplicamos las mejores prácticas y estándares de control e información que se exigen en los principales mercados internacionales. Garantizamos la transparencia e integridad de la información que se brinda al mercado a través del cumplimiento de la ley Sarbanes - Oxley ("SOX") que comprende, desde la obligación de la Alta Gerencia de certificar los estados financiero-contables hasta la implementación de controles internos que aseguren la integridad, seguridad y transparencia de la información expuesta.

DIRECTORES EJECUTIVOS

ANTONIO ROBERTO GARCÉS Presidente

SERGIO GRINENCO Vicepresidente

ENRIQUE M. GARDA OLACIREGUI Secretario

DANIEL ANTONIO LLAMBÍAS

LUIS MARÍA RIBAYA

GUILLERMO JUAN PANDO

PABLO GUTIÉRREZ



BANCO GALICIA COMO ACTOR SOCIAL

“ BANCO GALICIA ES UN CLARO EJEMPLO DE CÓMO LA RSC SE VA TRANSFORMANDO EN UNA MANERA DE GESTIÓN SUSTENTABLE. A TRAVÉS DE SUS INFORMES DE RSC VEMOS CÓMO HA IDO SUMANDO EN SUS ACCIONES A TODOS LOS GRUPOS DE INTERÉS CON UNA ESTRATEGIA DE LARGO PLAZO FUNDADA EN UN TRABAJO PENSADO DESDE LA ALTA DIRECCIÓN Y LA GERENCIA DE RSC.

MEDIANTE SUS ALIANZAS CON ASOCIACIONES SOCIALES, SU ADHESIÓN AL PACTO GLOBAL Y AL GRI, Y LA ENCUESTA DE IMPACTO DEL INFORME, BANCO GALICIA MUESTRA UN FUERTE COMPROMISO Y FUNCIONA COMO EJEMPLO PARA OTRAS EMPRESAS EN CÓMO GESTIONAR LA RSC.

EN EL FONDO, LA POLÍTICA DE RSC ES UN REFLEJO DE LA TRAYECTORIA DEL BANCO, QUE TIENE MÁS DE CIENTOS AÑOS EN ARGENTINA Y SIEMPRE TUVO UN COMPROMISO SOCIAL, EXPRESADO EN SU MOMENTO POR LA FUNDACIÓN BANCO GALICIA Y AHORA PUESTO EN EVIDENCIA EN SU POLÍTICA DE RSC. ”

MARCELO PALADINO

Decano del IAE Business School.
Universidad Austral



NUESTRO APOORTE AL DESARROLLO SOSTENIBLE

En Banco Galicia impulsamos iniciativas de promoción de nuestros clientes, proveedores, empleados y comunidad. Esta labor se implementa bajo la coordinación de la Gerencia de RSC del Banco, la cual trabaja en base a 3C: Coordinación, Capacitación y Comunicación.

En un contexto de complejidad a nivel internacional, buscamos asumir los desafíos del momento económico mundial y reforzar nuestro compromiso con el desarrollo sostenible. Trabajamos bajo estas grandes premisas para estar cada día más cerca de nuestros grupos de interés.

Nos planteamos como objetivo:

- Enfrentar uno de los mayores desafíos de la inclusión financiera: el acceso al crédito. A través de nuestra Política de Microfinanzas, contribuimos con Instituciones de Microfinanzas (IMFs) para permitir que personas en situación de vulnerabilidad accedan a microcréditos. También impulsamos el Programa “Del microemprendimiento a la PyME” que tiene como objetivo acompañar la formalización de actividades productivas de quienes ya tienen un emprendimiento por medio de una capacitación y el otorgamiento de créditos blandos a los participantes destacados.
- Contribuir con el desarrollo del capital humano a través de la educación financiera. Llevamos adelante el “Taller de Planificación Económica” para que los jóvenes que cursan el último año del nivel secundario conozcan el funcionamiento del sistema bancario y puedan aprovecharlo de la mejor manera posible.
- Fomentar programas de liderazgo que potencien las competencias de individuos promotores del desarrollo de sus comunidades y del país. Los mismos están destinados a colaboradores del Banco como así también a personas identificadas por organizaciones aliadas que trabajen para mejorar la calidad de vida de sus comunidades. Impulsamos becas y proyectos que utilizan las capacidades comunitarias del lugar como, por ejemplo, el Programa para líderes sociales que busca prevenir la desnutrición infantil.
- Promover capacidad institucional en las organizaciones con las cuales colaboramos. Trabajamos con proveedores, organizaciones de la sociedad civil (OSCs) y el sector público para que, por medio de inversiones, transferencia de tecnología y conocimiento, puedan mejorar su gestión, fortalezcan sus instituciones y sean sustentables en el largo plazo.

PROMOVIENDO LA RSC ENTRE LOS COLABORADORES DEL BANCO

La capacitación en temas de RSC -al interior del Banco- fue uno de los objetivos estratégicos de la Gerencia de RSC en 2008. De ahí que:

- Se desarrollaron talleres de capacitación a miembros del Directorio y altos mandos gerenciales con el fin de profundizar sus conocimientos sobre la importancia del desarrollo sostenible.
- Se publicaron, en forma semanal, notas sobre las políticas, los programas y las acciones de RSC que lleva adelante la entidad en nuestra intranet de modo que todos los empleados pudieran conocerlas e involucrarse. Por su parte, el Informe de RSC está al alcance de todos en la página web del Banco.
- Se ofrecieron y entregaron 447 publicaciones con contenido social a nuestros colaboradores de acuerdo con los pedidos realizados. Entre ellas: “Más ética, más desarrollo” de Bernardo Kliksberg y “Barómetro de la Deuda Social Argentina” publicado por la Universidad Católica Argentina.



DIFUNDIR LA RSC EN LA SOCIEDAD

Tanto el presidente como las gerencias participaron en paneles de diversas jornadas locales para compartir experiencias y conocimientos. La audiencia generalmente estuvo conformada por emprendedores y responsables de PyMEs, y las presentaciones buscaron dejarles nuevas herramientas que fueran de utilidad para el desarrollo de sus actividades.

También afianzamos nuestra presencia internacional en encuentros organizados por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Federación Latinoamericana de Bancos (FELABAN) y el Fondo Monetario Internacional (FMI).

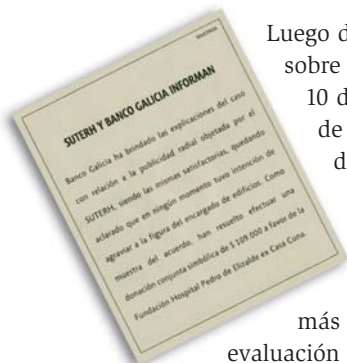
RÉGIMEN DE CRÉDITO FISCAL

Durante 2008 continuamos acompañando, en calidad de empresa patrocinante, al Régimen de Crédito Fiscal. Esta iniciativa, impulsada por el Instituto Nacional de Educación Tecnológica (INET), procura vincular la educación con el trabajo a través del financiamiento de proyectos de capacitación y adquisición de equipamiento presentados por entidades educativas.

En los últimos cuatro años hemos patrocinado a 38 proyectos en 12 provincias, sumando un monto total de 1.770.659 pesos.

APRENDIZAJE: AUTORREGULACIÓN PUBLICITARIA

Luego de la emisión radial de una publicidad sobre seguros que estuvo rotando durante 10 días, recibimos una carta documento de SUTERH (Sindicato Único de Trabajadores de Edificios de Renta y Horizontal), molestos por su contenido. A partir de esta situación, y dado que en ningún momento tuvimos la intención de ofender a alguien, realizamos un examen más sistemático de nuestro proceso de evaluación interno de piezas publicitarias, antes de su emisión.



NUESTROS ALIADOS

Con el fin de tener una participación activa en la sociedad, a lo largo de los años colaboramos y adherimos a diferentes organizaciones con las cuales seguimos trabajando.

1997

IDEA

2004

Régimen de Crédito Fiscal a través del Instituto Nacional de Educación Tecnológica (INET)

2004

Pacto Global de las Naciones Unidas

2005

Código de Prácticas Bancarias (Asociaciones de Bancos y Entidades Financieras de la República Argentina)

2006

Consejo Publicitario Argentino ¹⁶

2007

Código de Autorregulación Publicitaria

2007

Grupo de Fundaciones y Empresas (GDPE)

2007

Grupo de Empresas Comprometidas con la Empleabilidad de las Personas con Discapacidad de Argentina

2008

Miembro del Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (IARSE)

2008

Carbon Disclosure Project (CDP) ¹⁷

2008

Fundación Empresaria para la Calidad y la Excelencia (FUNDECE)

2008

Corporate Leadership Council ¹⁸

16. Año en que se retomó la afiliación al Consejo.

17. El Banco adhirió con su respuesta voluntaria.

18. Año en que se retomó la afiliación a la entidad.



PREMIOS Y DISTINCIONES OTORGADOS A BANCO GALICIA

- MENCIÓN SOBRE "COMUNICACIÓN NOTABLE SOBRE EL PROGRESO" al Informe de RSC 2007, otorgada por las Naciones Unidas.
- PREMIO EIKON DE ORO, CATEGORÍA COMUNICACIONES FINANCIERAS, al Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2007 (Revista Imagen).
- PREMIO RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA 2008 A BANCO GALICIA, entregado por la Asociación Iberoamericana de Empresarias.
- PREMIO EIKON DE ORO, CATEGORÍA COMUNICACIÓN DE IDENTIDAD CORPORATIVA, a la nueva identidad visual (Revista Imagen).
- PREMIO EIKON DE ORO, CATEGORÍA ISSUES MANAGEMENT, al Ciclo de Pensadores "Hacia el Bicentenario" (Revista Imagen).
- PRIMER PREMIO "MADRE TERESA DE CALCUTA A LA SOLIDARIDAD", entregado por el Foro del Sector Social, al proyecto "Desafío FOC-Banco Galicia" junto con la Fundación FOC.
- PREMIO RESPONSABILIDAD SOCIAL COMUNICATIVA al "Programa de Mejoras Productivas para el crecimiento económico y social de pequeños productores" junto con la Fundación Cruzada Patagónica.
- DISTINCIÓN OTORGADA POR LA FUNDACIÓN CIMIENTOS en reconocimiento por el compromiso con la educación de los niños y jóvenes de nuestro país.
- DISTINCIÓN DE COAS por el permanente apoyo del Banco a la Salud Pública.
- PRIMER PREMIO, CATEGORÍA "CAPACITACIÓN Y SOPORTE AL DESEMPEÑO", otorgado por el Congreso Innovación y Mejores Prácticas en Recursos Humanos (RRHH).
- PREMIO DEL CONCURSO "MEJORES PRÁCTICAS E INNOVACIÓN EN RRHH 2008", otorgado por el Congreso Innovación y Mejores Prácticas en RRHH.
- RECONOCIMIENTO DE LA FUNDACIÓN CUBA por la colaboración de Banco Galicia a la Promoción Laboral a través de las microfinanzas.
- RECONOCIMIENTO DE LA FUNDACIÓN IMPULSAR A BANCO GALICIA como "Miembro Benefactor" que ayuda a los jóvenes a crear empresas.
- RECONOCIMIENTO DE JUNIOR ACHIEVEMENT ARGENTINA, POR "EMPREENDEDORES TECNOLÓGICOS" como el proyecto innovador del año.
- PREMIO AL EMPRENDEDOR SOLIDARIO al Programa de Cultura del Banco, entregado por el Foro Ecuménico Social.
- PREMIO A LAS MEJORES PRÁCTICAS DE RECURSOS HUMANOS por la revista Conocimiento & Dirección (C&D).

CLIENTES: COMPROMISO CON LA ÉTICA COMERCIAL



“ EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, BANCO GALICIA PARECE HABER LOGRADO UN AVANCE SIGNIFICATIVO EN LA ADOPCIÓN DE UN MODELO DE GESTIÓN INTEGRAL DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA, INCORPORANDO LA CONSIDERACIÓN DEL IMPACTO POTENCIAL DE SUS POLÍTICAS, ESTRATEGIAS Y OPERACIONES SOBRE DISTINTOS GRUPOS DE INTERÉS Y ACTORES CRÍTICOS.

LA PUBLICACIÓN DE SUS INFORMES ANUALES SEÑALA QUE EL BANCO HA ASUMIDO UN COMPROMISO CON LA COMUNICACIÓN EXTERNA DE SU DESEMPEÑO SOCIAL Y AMBIENTAL SIGUIENDO MODELOS RECONOCIDOS, Y ORIENTANDO PROCESOS DE PLANIFICACIÓN Y REVISIÓN.

TODO ESTO PERMITE PENSAR EN BANCO GALICIA COMO UNA DE LAS EMPRESAS QUE ESTÁN ASUMIENDO EL LIDERAZGO EN EL CAMINO HACIA UN CAMBIO EN LA CULTURA CORPORATIVA DE NUESTRO PAÍS. ”

GABRIEL BERGER

Director del Programa de Responsabilidad Social de la Universidad de San Andrés



PERSONAS

A través de nuestra red de sucursales ofrecemos servicios financieros para que distintos actores de la sociedad -profesionales, estudiantes, jubilados, empleados, emprendedores, entre otros-, puedan mejorar la administración de sus finanzas y su calidad de vida.

El 2008 presentó un escenario cambiante a lo largo del año, pero nos mantuvimos muy activos con las ofertas de cuotas sin interés y los descuentos en las compras realizadas con tarjetas, tanto de crédito como de débito. Logramos dar cobertura nacional a los consumos indispensables de nuestros clientes mediante acuerdos con diferentes cadenas de supermercados y comercios de consumo masivo. A fines de año, el descuento que brindamos pasó del 10% al 20% con tarjeta de débito.

La oferta de préstamos personales se sostuvo, en correspondencia con su demanda, y se orientó principalmente a: refacciones de vivienda, compra o cambio de autos y equipamiento del hogar.

Con el correr de los meses, las tasas ofrecidas por depósitos se fueron ajustando a fin de dar respuesta a las expectativas y necesidades de ahorro y de protección de capital. Esto trajo el consecuente incremento en las tasas de interés que se cobran por las operaciones de préstamos. Sin embargo, el Banco trató de provocar el menor impacto posible en sus clientes, principalmente aquellos con servicios de acreditamiento de haberes ya que son asalariados de todos los niveles socioeconómicos.

PRÉSTAMOS

Acompañando el crecimiento de la demanda de préstamos para el consumo bajo sus distintas modalidades, tuvimos una participación activa en los diferentes segmentos de mercado.

Durante abril y mayo lanzamos la línea de Prestamos Personales para Compra de Autos. El objetivo fue permitir que nuestros clientes compren su primer vehículo o puedan cambiarlo. Para ello, diseñamos una línea para financiar, sin constituir prenda, el 100% del vehículo a adquirir con una tasa fija a 60 meses del 15,5%, logrando la adquisición de 1.951 unidades con un promedio de 30.000 pesos por operación.

PRÉSTAMOS DE CONSUMO

	2008	2007
Monto total (millones de pesos)	956	979
Cantidad de personas	97.083	122.359
Monto promedio (pesos)	9.848	8.003

BENEFICIOS PARA NUESTROS CLIENTES

Desde hace varios años, desarrollamos programas de beneficios mediante alianzas con diferentes empresas, abarcando la mayoría de los rubros de consumo más importantes.

En 2008 incrementamos los beneficios con empresas del interior del país para profundizar la relación entre el Banco y sus clientes a nivel nacional.

Pasamos de aproximadamente 60 promociones, en su mayoría para Ciudad de Buenos Aires, GBA y los 3 principales centros urbanos del país, a más de 450 promociones en 2.000 puntos de venta. Así cubrimos la totalidad de las provincias argentinas.

El club de beneficios "Todo Suma" cumplió un año en octubre, y ya benefició a 660 familias clientes.

Gracias al programa de Aerolíneas Plus, se canjearon 55.915 pasajes y nuestros clientes pudieron viajar sin costo por el país y el exterior.

SEGUROS

Para preservar la tranquilidad de nuestros clientes y sus familias, les ofrecemos la posibilidad de contar con un respaldo que los proteja frente a eventualidades patrimoniales y personales.

Brindamos 127.569 pólizas para viviendas, cubriendo un monto total de 20.000 millones de pesos de suma asegurada.

TARJETAS

A través de nuestras tarjetas Visa, Visa Electrón, American Express, MasterCard y nuestras tarjetas regionales Tarjeta Naranja, Tarjeta Mira y Tarjetas Cuyanas, brindamos servicios de financiamiento en todos los puntos del país.

Seguimos ampliando nuestro alcance para dar una atención personalizada a nuestros clientes y otorgamos 314.185 nuevas tarjetas a través del Banco.

Tarjetas Regionales

Con las tarjetas regionales, buscamos estar presentes en todas las comunidades del interior del país donde se aprecian y se priorizan los productos locales. No sólo atendemos las necesidades propias de los lugares donde operamos, sino que también buscamos impulsarlos mediante la contratación de proveedores y empleados de la comunidad. En 2008, conseguimos los siguientes logros:

Tarjeta Naranja: creó el producto “A sola firma” para conceder créditos a personas que no pueden reunir los requisitos habituales. También difundió el sistema de débito automático en todo el país que permite abonar impuestos y servicios de empresas de cada ciudad.

Tarjeta Mira: lanzó una página web, que permite a los clientes consultar saldos disponibles e imprimir resúmenes de cuenta, aliviando el cúmulo de llamadas entrantes al call center. Nuestros comercios adheridos también pueden realizar todo tipo de consultas en la página web para controlar su establecimiento.

Tarjetas Cuyanas: lanzó el servicio gratuito de SMS para solicitar el saldo disponible.

	2008	2007	Variación
Clientes	2.864.709	2.479.788	15,5%
Compras en comercios (millones de pesos)	7.550	6.075	24,3%
Préstamos otorgados	629	561	12,1%
Número de empleados	3.898	3.769	3,4%
Cartera de créditos ¹⁹ (millones de pesos)	3.249	2.713	19,8%

19. Incluye créditos cedidos a fideicomisos financieros y créditos otorgados por cuenta y orden del BGBA.

UN SITIO PENSADO PARA LAS MUJERES

OBJETIVO

Brindar, a través de la página web del Banco: e-galicia.com, un sitio especial para cada tipo de cliente con información adecuada a su perfil de manera de cumplir con sus expectativas y necesidades.

RESULTADOS 2008

Lanzamos Tu Estilo Galicia para acercarnos a nuestras clientas, mediante un espacio donde se comparte información, novedades y beneficios especiales para ellas. A través de una forma diferenciada de diálogo y comunicación permanente, seguimos consolidando nuestra relación con un segmento del negocio que consideramos de gran potencial debido a su papel en el mercado laboral y en la sociedad.

DESAFÍOS 2009

“Partiendo de la premisa ‘Sos una, Sos muchas, Encontrate’ Tu Estilo Galicia propone continuar brindando más y mejores beneficios exclusivos para nuestra comunidad de mujeres. En este sitio se pueden encontrar desde oportunidades laborales hasta información vinculada con la salud. Nuestro principal desafío es seguir desarrollándolo para que puedan intercambiar experiencias, inquietudes y opiniones; invitando a nuestras clientas a participar activamente de esta comunidad.”



KARINA GALLOP

Responsable del Segmento Mujer

REDONDEO SOLIDARIO

Desde el año 2005, llevamos adelante el Programa Redondeo Solidario a fin de apoyar -en alianza con nuestros clientes- proyectos de organizaciones de la sociedad civil comprometidas con la inclusión social a través de la educación, promoción laboral y salud. Todas las entidades beneficiarias son seleccionadas según criterios de impacto, urgencia y sustentabilidad.

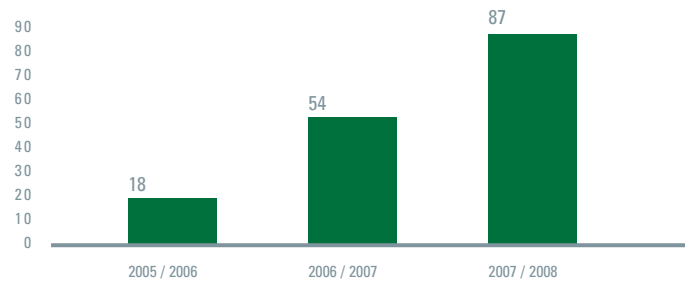
Este Programa se implementa mediante Campañas de Adhesión, en las que nuestros clientes con cuentas adheridas al sistema de débito automático, donan el redondeo del importe a pagar de su tarjeta de crédito. Banco Galicia, por su parte, aporta el mismo monto que el recaudado por los clientes²⁰.

Los beneficiarios del Redondeo también cuentan con los ingresos originados por las inscripciones del “Maratón por Equipos Banco Galicia”.

Cuando una Campaña concluye, se realiza el seguimiento de la utilización de los fondos otorgados a las organizaciones sociales.

3 CAMPAÑAS DE REDONDEO SOLIDARIO

RECAUDACIÓN (miles de pesos)



III Campaña 2007/2008

El cierre de la última Campaña, sumado al aporte del Maratón, dio como resultado la recaudación de 191.289,08 pesos. El destino de los fondos se distribuyó en partes iguales entre las siguientes iniciativas:

- Programa de Inclusión Educativa “Emaús”, Cáritas Argentina - Comisión Nacional
- Equipamiento del Área de Terapia Intensiva, ALPI
- Programa Salud en Don Andrés, Cruz Roja Argentina
- Programa Atletas Saludables, Nuevas Olimpíadas Especiales

IV Campaña 2008/2009

Los proyectos y las entidades beneficiarias son:

- Equipamiento para Hospital General de Agudos Bernardino Rivadavia, COAS
- Programa “Educar e integrar superando distancias”, Fundación Cecilia Baccigalupo
- Programa de Fortalecimiento Familiar, Aldeas Infantiles SOS
- Campaña Nacional de Concientización en Discapacidad, La Usina

20. Con esos fondos, no se generan intereses para el Banco y no son utilizados para deducir impuestos. Los clientes que quieren deducir la donación en el impuesto a las ganancias, tienen el extracto de la cuenta como comprobante válido.



EMPRESAS

Trabajamos para dar soluciones de valor a nuestros clientes -pequeñas, medianas y grandes empresas de todos los sectores económicos- a través de productos y servicios financieros que les permitan desarrollar sus negocios. Nuestro objetivo es establecer con ellos relaciones cercanas y duraderas y, en consecuencia, contamos con oficiales especializados que buscan conocer sus necesidades en el marco de una amplia red de sucursales presente en todo el país y de 6 Centros Banca Empresas ubicados en puntos estratégicos; a su vez, disponemos de otros canales clave como e-galicia.com, Galicia Office -la banca electrónica para empresas- y Fonobanco Empresas.

A fin de generar nuevos proyectos, escuchar opiniones sobre nuestro servicio y mejorar aspectos de nuestra gestión, organizamos reuniones con más de 600 empresas y nuestro equipo comercial realizó más de 8.000 visitas.

EMPRESAS CLIENTES POR ZONAS DEL PAÍS

Zona ²¹	Cantidad de Clientes	
	2008	2007
01 Mar del Plata / Patagonia	3.664	3.345
02 Mediterránea	5.271	4.929
03 Metro I	7.138	6.999
04 Metro III	2.701	2.506
05 Norte	2.471	2.184
06 Oeste	2.285	2.166
07 Cordillera	2.611	2.626
08 Metro II	4.563	4.400
09 Metro IV	3.318	3.117
10 Pcia. Buenos Aires	3.815	3.525
11 Santa Fe / NEA	5.627	5.571
12 Sur	2.418	2.155
Total	45.882	43.521

21. Nueva estructura de la red de sucursales a partir de diciembre de 2008. Se presentan los valores correspondientes al 2007 para su comparabilidad.

FINANCIAMIENTO A EMPRESAS

Préstamos por sector económico (en millones de pesos)		
	2008	2007
Agricultura y ganadería	1.271	1.202
Comercio	1.172	1.565
Construcción	77	261
Industria manufacturera	1.587	1.806
Servicio	963	1.152
Otras	36	72
Préstamos totales²²	5.106	6.058

22. Incluye particulares con actividad comercial.



PRÉSTAMOS

Acompañamos la actividad de las empresas ofreciendo distintas líneas de crédito para financiar desde capital de trabajo, con productos acordes a cada necesidad, hasta proyectos de inversión de mediano y largo plazo. De la cartera total de préstamos del Banco, el 62% fue destinado al financiamiento del sector productivo.

Préstamo de la Corporación Financiera Internacional (CFI)

En mayo de 2005 la CFI otorgó al Banco 40 millones de dólares y, a fines de 2007, un nuevo tramo por 50 millones de dólares.
Objetivo: financiar proyectos de inversión en la Argentina de PyMEs de todos los sectores económicos.
Características Comerciales: El largo plazo de financiación es su principal rasgo: 8 años incluyendo un período de gracia durante el cual el cliente sólo paga intereses.
Resultados hasta 2008: Se concretaron 119 operaciones por un total de 87,3 millones de dólares.

Acuerdo de Financiación con el Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR)

Acuerdo firmado con el FONTAR en el año 2006.
Objetivo: financiar proyectos de innovación tecnológica correspondientes a las empresas del sector manufacturero/industrial.
Características Comerciales: La financiación de bienes de capital nuevos, nacionales o importados que generen una modernización o innovación tecnológica de productos o procesos productivos. Financiación en pesos, tasa fija y un plazo de hasta 9 años, con un período de gracia para el pago de capital según el flujo de fondos del proyecto. Uno de los requisitos es que la empresa, además de adquirir maquinarias y equipos, incorpore bienes intangibles.
Resultados hasta 2008: Se aprobaron 66 proyectos por 77,8 millones de pesos.

Programa Global de Crédito - Banco Interamericano de Desarrollo (BID) 1192

Desde comienzos de 2007 ofrecemos a nuestros clientes PyMEs de todos los sectores económicos distintas líneas de crédito del BID para financiar el desarrollo de proyectos de inversión de largo plazo. En el marco de este programa global de crédito, durante 2008 firmamos un convenio con la provincia de Río Negro para ofrecer financiamiento a nuestros clientes PyMEs de Río Negro y, al mismo tiempo, participamos junto al BCRA y al Programa Calidad San Juan, en diversas licitaciones de cupo para financiar a nuestros clientes PyMEs de la provincia de San Juan.
Objetivo: permitir que las PyMEs desarrollen sus actividades productivas y generen valor agregado al sector con la incorporación de bienes y servicios.
Características Comerciales: la financiación es en pesos, a tasa fija y a un plazo de hasta 15 años.
Resultados hasta 2008: Se han colocado en líneas del BID un total de \$ 102.968.450 en 64 operaciones de crédito.

PRÉSTAMOS PARA EL DESARROLLO SOCIAL Y AMBIENTAL

Ejemplos concretos, iniciativas de desarrollo en marcha:

- La instalación de una planta de desarrollo de fármacos oncológicos en Beccar, provincia de Buenos Aires, que permitirá incrementar la capacidad y control de gestión de investigación y desarrollo como así también alcanzar mejores niveles de calidad mediante la creación de nuevos productos y procesos.
- El desarrollo de un sistema avanzado de generación eólica de 30 KW en San Carlos de Bariloche, provincia de Río Negro, para abastecer redes aisladas mediante sistemas híbridos Diesel - Eólicos e implementar sistemas de bombeo de agua electro eólicos y sistemas de generación distribuida conectadas a la red.
- La construcción de una planta de fabricación de productos hormonales en Villa del Parque, Ciudad de Buenos Aires, con nivel cero de polución ambiental. La misma fue diseñada y construida procurando la mejora continua del desempeño ambiental. Además, previene la contaminación y las actividades o las condiciones que afecten la salud pública. Las inversiones financiadas ponen especial énfasis en la reducción y el reciclado de residuos como así también en el control de efluentes líquidos y emisiones gaseosas.

E-GALICIA.COM

Nuestra página web es un canal permanente de comunicación con nuestros clientes, individuos y empresas, para mantenerlos informados sobre las novedades del negocio y ayudarlos a realizar sus pagos y consultas de forma más eficiente. El sitio cuenta con un manual interactivo en el cual los clientes reciben asesoramiento sobre la realización de transacciones online. En el año 2008 se realizaron, a través de *Galicía Home Banking* y de *Galicía Office*, 6.631.509 transacciones monetarias.



UN SITIO CREADO PARA EMPRESAS EXPORTADORAS

OBJETIVO

Colaborar con los objetivos de negocio de nuestros clientes de Comercio Exterior, brindándoles nuevas herramientas que agreguen valor a su actividad.

RESULTADOS 2008

En noviembre de 2008 lanzamos Galicia Comex, la primera comunidad on line de Comercio Exterior, a través de la cual buscamos satisfacer la creciente demanda de profesionalización de las empresas que operan en este sector. El portal cuenta con información valiosa para su actividad que apunta a brindar una visión integral del negocio internacional, que combine el aspecto operativo con el comercial.

Es un nuevo canal de comunicación con nuestros clientes y, al mismo tiempo, un nuevo espacio para que ellos interactúen entre sí. En este sentido, el sitio cuenta con una sección especial para los alumnos y egresados de la Diplomatura Ejecutiva en Comercio Internacional, el programa educativo que el Banco impulsa junto a la Universidad Siglo XXI.



Galicia Comex

DESAFÍOS 2009

“Continuar promoviendo la interacción y el intercambio de información entre nuestros clientes a través del desarrollo de nuevas comunidades, en la que puedan nuclearse según sus intereses. Creemos que el uso de herramientas tecnológicas destinadas a generar redes será una forma clave para acercarnos cada vez más a nuestros clientes y para el desarrollo del negocio en los próximos años.”



GUSTAVO SUELDO
Gerente de Negocios de
Comercio Exterior y
Financiación Internacional

GABRIEL GUERRA
Jefe de Producto
Banca Electrónica



CAPACITACIÓN A EMPRESAS

El impulso y la promoción de acciones de capacitación para empresas es estratégico para el Banco. Es por eso que seguimos promoviendo jornadas y seminarios de desarrollo profesional.

Programa de
Diplomaturas
Ejecutivas en
Comercio
Internacional

Realizamos 4 nuevas aperturas de la Diplomatura en Reconquista, Rafaela, Venado Tuerto y Junín, iniciando así el cuarto ciclo del programa que se está desarrollando, desde el año 2005, en las localidades de nuestro país con mayor relevancia en comercio exterior. La Diplomatura, una iniciativa del Banco que cuenta con el soporte académico de la Universidad Siglo XXI, a la fecha ya se ha realizado en 15 localidades.
Diplomaturas dictadas en 2008: 4
Graduados en 2008: 168

Instituto Vasco
Argentino de
Formación
Tecnológica (IFT)

Continuamos difundiendo las actividades del IFT, una institución que cuenta con el apoyo del Banco y que, desde el 1994, ofrece capacitación técnica para operarios, técnicos y profesionales. En su Centro de Enseñanza se dictan más de 60 cursos por año sobre diseño por computadora, automatización y mecanizado convencional y con control numérico C.N.C., entre otros. El IFT posibilita el acceso a nuevas tecnologías de diseño y fabricación de piezas y conjuntos mecánicos, facilitando el ingreso al mercado laboral y mejorando la competitividad de las empresas PyMEs empleadoras. Con el fin de mejorar las instalaciones se creó un aula de computación con 8 equipos completos, un proyector de PC y se actualizó el software.
Alumnos que cursaron en 2008: 742
Cursos dictados en 2008: 71
Docentes en 2008: 12

Universidad Austral:
Maestría en
Agronegocios

Mantenemos nuestra participación en el Proyecto Agronegocios de la Universidad Austral que abarca la Maestría Ejecutiva en Agronegocios y una serie de Programas Especiales y Seminarios Especiales. El Banco ofrece descuentos especiales a los clientes y empleados interesados en participar.
Alumnos que cursaron la Maestría en 2008: 21
Graduados (2007 - 2008): 24
Docentes: 21 permanentes y 20 invitados
Programas Especiales y Seminarios Especiales: 2 (Programa de Gestión en Agronegocios y Seminario de Aspectos Jurídicos en los Agronegocios)

Programa de
Educación a
Distancia (EGEA)²³

Continuamos difundiendo las acciones de EGEA para brindar a las empresas agroindustriales del interior herramientas de gestión que les permitan posicionarse en el mercado con perspectivas de internacionalización. Personas que tomaron los cursos en 2008: 371
Cursos 2008: 14

Centro de Estudios
e Investigación
para la Dirigencia
Agroindustrial
(CEIDA)

Seguimos brindando soporte económico al Centro, que tiene por misión formar y capacitar hombres y mujeres con vocación gerencial en los asuntos públicos. Facilitamos el Auditorio del Banco y nuestros Directivos participaron en la elaboración de los contenidos del programa.
Cursantes 2008: 42

23. EGEA cuenta con el soporte académico de la Sociedad Rural Argentina y la Universidad Católica de La Plata.

GALICIA RURAL

Las líneas de crédito para cubrir las necesidades del sector siguen siendo clave para su desempeño. A través de la Tarjeta Galicia Rural, nuestros clientes pueden financiar maquinaria y todos los insumos y servicios para el campo en más de 6.000 comercios adheridos en todo el país.

Poseemos convenios con entidades socias -Aapresid y AACREA- por los cuales se realizan donaciones de las comisiones obtenidas a través de esta Tarjeta. El Proyecto Líderes y el Programa de Padrinazgo a Escuelas de AACREA, recibieron aportes que se destinaron a 117 líderes, 130 escuelas y 15.000 alumnos.

APOYO A LAS PEQUEÑAS EMPRESAS

Desde el año 2003 trabajamos fuertemente en el desarrollo de una oferta financiera a la medida de las necesidades de las Pequeñas Empresas con el objetivo de facilitarles el acceso al crédito y a diversos productos y servicios financieros, como nuestras tarjetas comerciales, servicios de cobros y pagos, entre otros.

Hoy el Banco posee más de 35.000 clientes en este segmento, más de la mitad posee márgenes vigentes para obtener un crédito que les permita financiar capital de trabajo y proyectos de mediano plazo. Todos ellos cuentan con la asistencia especializada del oficial de empresa en cada sucursal del país y en los Centros Banca Empresas.

CONVENIOS

A través del área Galicia Convenios, establecemos alianzas estratégicas con empresas de primera línea para ofrecer beneficios exclusivos a nuestras empresas clientes para la compra de maquinaria, vehículos, semillas y agroquímicos, entre otros. En la actualidad contamos con 70 convenios que benefician a empresas del Agro como a PyMEs.

Mediante el Sistema "Vendor", un software desarrollado a medida para que las empresas financien la venta de insumos y servicios a sus clientes en forma ágil y segura, financiamos 126.007.862 pesos.





PREMIOS QUE IMPULSA BANCO GALICIA

PREMIO BANCO GALICIA REVISTA CHACRA A LA GESTIÓN SOLIDARIA DEL CAMPO

Con el objetivo de aumentar la visibilidad, difusión y promoción de experiencias sociales exitosas de organizaciones de la sociedad civil en comunidades rurales, lanzamos la Segunda Edición del Premio en la que importantes organizaciones, representativas de distintos puntos del país, fueron distinguidas por su labor social.

Se presentaron 47 trabajos, orientados a las comunidades rurales con menos de 20.000 habitantes, que fueron evaluados teniendo en cuenta los criterios de replicabilidad, sustentabilidad e innovación de la iniciativa.

GANADORES:

ALIMENTACIÓN:

- Premio: "Una Escuela, Una Granja", Fundación Cruzada Patagónica
- Mención Especial: Programa Alimentario del Plus, Fundación Plus

EDUCACIÓN:

- Premio: Educar Forestando, ACUDE
- Mención Especial: Proyecto Intersectorial de Encuentros de Escuelas Rurales del Partido de Azul, Asociación Civil Grupo Puentes

PROMOCIÓN LABORAL:

- Premio: Grameen Mendoza - Para una sociedad más justa y equitativa, Fundación Grameen
- Mención Especial: Turismo en Pueblos Rurales, Responde

SALUD:

- Premio: Chicos Prevenidos, FUNCEI
- Mención Especial: Kiosko Saludable, Fundación Cecilia Grierson

Las cuatro entidades ganadoras recibieron una estatuilla y una contribución monetaria para promover el crecimiento de sus actividades. Además, se entregaron distinciones a las menciones especiales.

PREMIO A LA EXCELENCIA AGROPECUARIA LA NACIÓN - BANCO GALICIA 2008

Por sexto año consecutivo, junto a La Nación entregamos el premio que distingue a hombres y mujeres de campo que se destacan en su actividad por medio de la innovación y del esfuerzo sostenido.

En la última edición participaron más de 150 empresas y particulares de todo el país. Las novedades de este año fueron la inclusión de dos nuevas categorías - Mejor Acuicultor y Mejor Innovación Agroalimentaria- y la posibilidad de postular candidatos.

GANADORES:

- Agricultor: La Redención Sofro
- Apicultor: Apícola Danagie
- Bodeguero: Bodega Catena Zapata
- Cabañero: Bellamar Estancias SA
- Educador: Carlos María Vieites
- Maquinaria Agrícola: Agrometal SA
- Forestador: Garrunchos SA
- Fruticultor: Establecimiento María Belén SA
- Horticultor: Miguel Dos Santos Domínguez
- Industria agroalimentaria: Cabaña Argentina
- Innovación agroalimentaria: Pampa Gourmet
- Productor ganadero: Propat-Productores ovinos orgánicos de la Patagonia
- Productor lechero: Tecnova SA
- Propuesta agroturística: Estancias argentinas.com
- Trabajo de investigación: Dr. Jorge Chirife y grupo de colaboradores



PREMIO A LA EXCELENCIA EXPORTADORA LA NACIÓN - TCA 2008

Por cuarto año consecutivo, el Banco acompañó el Premio a la Excelencia Exportadora La Nación-TCA 2008 que distingue a las empresas más innovadoras del comercio exterior y del transporte. En esta edición se recibieron 147 postulaciones.

El Premio distinguió a los más innovadores en la comercialización en el exterior de agroalimentos, manufacturas industriales, productos tecnológicos, servicios y diseño; al mejor sitio web exportador y al proyecto exportador de mayor impacto social en su comunidad de origen. La novedad de esta edición fue la incorporación de nuevas categorías para las empresas de transporte aéreo, terrestre y marítimo que hacen posible la presencia de productos argentinos en el exterior.

GANADORES:

- Agroalimentaria más innovadora: Granja Tres Arroyos
- Tecnológica más innovadora: Globant
- Diseño: Jessica Trosman
- Servicios: Palermo Films
- Impacto social: Eco Oil Argentina. Se entregó una mención especial al Programa Mohair
- Sitio web: Palermofilms.com.ar
- Empresa de transporte de carga aérea: American Airlines
- Agente de carga aérea: Newport Cargo
- Autotransporte de carga: Transportes Orlando Menconi
- Transporte marítimo de carga: Agencia Marítima Multimar
- Premio de Oro a la Exportación de Mayor Valor Agregado: Globant

FORTALECIMIENTO DE LA CALIDAD

Tenemos como objetivo lograr que nuestros clientes vean superadas sus expectativas respecto al servicio que brindamos. En ese sentido continuamos trabajando en la formación y capacitación de los empleados, en la mejora de procesos internos, en la relación de los Departamentos Centrales con los puntos de atención de Clientes y en escuchar sus opiniones para generar acciones correctivas.

NIVEL DE CALIDAD DE SERVICIO

Seguimos con la medición del Nivel de Calidad de Servicio en las sucursales, que se encuentra incluido dentro del plan de incentivos²⁴, y que se basa en los siguientes indicadores:

1. Satisfacción de Clientes: mide su percepción sobre el servicio que reciben monitoreado a través de una encuesta telefónica diaria y permanente. Promedio 2008: 8,5 (escala de 1 a 10). Los atributos que se encuestan y su promedio 2008 son:

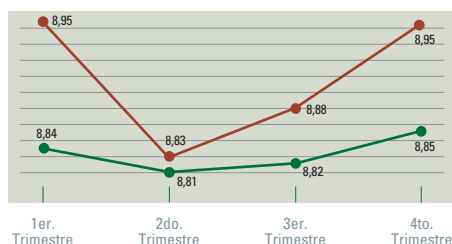
- Amabilidad: 8,9
- Compromiso: 8,7
- Conocimientos: 8,8
- Comodidad del local: 8,6
- Presentación de la Sucursal: 9,3
- Tiempo de Espera: 6,6

2. Cliente Fantasma: mide el cumplimiento de los estándares de calidad de atención que se utilizan en cada contacto con nuestros clientes. Resultado 2008: 94% de los estándares cumplidos.

3. Gestión de Reclamos: mide la puntualidad en la respuestas a los reclamos y sugerencias de los clientes. Resultado 2008: 96% de los reclamos respondidos en término.

El promedio anual de puntos otorgado por nuestros clientes al Nivel de Calidad del Servicio fue de 8,9, registrando 191 sucursales por encima de la meta (8,8 puntos), 39,4% más que en 2007.

NIVEL DE CALIDAD Y SERVICIO (calificación de 1 a 10)



PLAN DE MEJORA PARA TIEMPOS DE ESPERA

Visto que este aspecto es el que tiene el más bajo nivel de satisfacción en los resultados de las encuestas, seguimos trabajando en un Plan de Mejora que incluye: asistencia a las sucursales por segmento de cliente y por zona geográfica, encuesta de resultados mensuales, mediciones de tiempos reales de espera, comparaciones con el tiempo percibido, seguimiento a un grupo especial de clientes y un programa de control de las sucursales más críticas.

Desarrollamos un plan para balancear esperas en caja con esperas en medios automáticos. También campañas para difundir todas las alternativas que tienen nuestros clientes para realizar sus operaciones administrando mejor su tiempo.

TIEMPO DE ESPERA EN CAJA (calificación de 1 a 10)



TALLER DE CALIDAD

Es una actividad creada para que todos los colaboradores conozcan claramente su rol en la calidad del servicio que brindan. Nuestra meta es que construyan un vínculo de valor con los clientes.

TALLER DE CALIDAD

	2008	2007
Cursos dictados	58	51
Participantes	989	880



LA VOZ DEL CLIENTE: ESCUCHAR, GESTIONAR Y RESPONDER

Con el propósito de escuchar la opinión de nuestros clientes sobre el servicio, llevamos adelante otros estudios de satisfacción respecto a: cajeros automáticos, servicios a empresas, banca privada y proactividad comercial, entre otros. Asimismo, realizamos estudios de campo con visitas a los puntos de atención e incorporamos nuevas herramientas como los focus groups (reuniones presenciales) con empleados y clientes.

Como todos los años realizamos un estudio comparativo de satisfacción de clientes, donde se compara el servicio de los principales bancos del país. Obtuvimos una calificación global de 7,9 (el máximo fue 8 puntos) destacándose el servicio de las sucursales con un promedio de 8,3. Aquí también los clientes nuestros y de todas las entidades demandan una mejora en los tiempos de espera.

Sabemos que tenemos una oportunidad de mejora en la interacción entre Áreas Centrales y Sucursales. Por eso iniciamos un proyecto de satisfacción de cliente interno que apunta a mejorar el servicio entre los colaboradores de la organización, con impacto directo en la mejora del clima organizacional y la satisfacción del cliente final.

En cuanto a la resolución de reclamos de clientes en Áreas Centrales, el 85% de los casos se respondieron dentro del tiempo establecido. Este proceso, otra de nuestras oportunidades de mejora, será uno de los proyectos de certificación para el 2009.

²⁴ Remuneración variable por cumplimiento de objetivo, recibida por todos los integrantes de la sucursal.



HACIA UN MODELO DE EXCELENCIA: CERTIFICACIONES ISO 9001

OBJETIVO

Certificar nuestros procesos con la norma ISO 9001 a fin de que nuestros sistemas sean más eficaces e impacten en el servicio que le brindamos a la comunidad.

RESULTADOS 2008

Obtuvimos la certificación para los procesos:

- Análisis y Desarrollo Normativo
- Modelo de Atención de Banca Privada
- Capacitación en la Red de Sucursales

De esta forma, seguimos trabajando para mejorar nuestra calidad de atención y servicio para la satisfacción de todos nuestros clientes.

DESAFÍOS 2009

"En el 2009 buscaremos que las certificaciones sean un proceso de aprendizaje compartido y de intercambio de conocimiento con toda la organización. Este será un año de consolidación de los logros alcanzados y de transformaciones más profundas. Implementaremos talleres de formación que involucrarán a todos los que hacemos el Galicia y certificaremos 5 procesos de gestión estratégicos para el Banco, con alto impacto en el cliente y nuestra comunidad."



MANUELA ARAUJO
Gerente de Calidad

CENTRO DE CONTACTOS CON CLIENTES

En el Centro de Contactos con Clientes adecuamos nuestros procesos de atención y resolución de reclamos de manera de facilitarle la gestión a nuestros clientes. Para ello, capacitamos a los Oficiales asignados a la atención de diversos servicios a fin de desarrollar las habilidades que necesitan para el correcto asesoramiento y de profundizar sus conocimientos del negocio.

Subimos la exigencia en la atención del cliente para ofrecer una atención más personal. Nuestro rendimiento mejoró en la personalización del cliente, las "respuestas correctas" y la divulgación de productos y servicios. El resultado obtenido a la fecha es muy satisfactorio ya que logramos facilitar el servicio ofrecido a nuestros clientes, objetivo medido a través de un monitoreo de los llamados por reclamos.



SUCURSALES AL ALCANCE DE TODOS

Seguimos trabajando para que todos nuestros clientes tengan acceso a las sucursales y puedan realizar sus operaciones de la mejor manera posible.

ACCESIBILIDAD		
	2008	2007
Sucursales con baños especiales		
Cantidad total	87	69
% sobre total de sucursales	37	30
Sucursales con rampas		
Cantidad total	113	97
% sobre total de sucursales	47	47

La instalación de Cajeros Automáticos (ATM) y Terminales de Autoservicios (TAS) sigue creciendo para que todos nuestros clientes tengan un cajero a su alcance. En 2008 reemplazamos 120 ATM en sucursales, instalamos 16 nuevos por la apertura de 8 centros de servicios y reemplazamos también 120 Terminales de Autoservicio en todo el país.





EMPLEADOS: COMPROMISO CON EL CRECIMIENTO

“DESDE HACE CUATRO AÑOS, EL BANCO COMPARTO CON SUS PRINCIPALES GRUPOS DE INTERÉS LA EVOLUCIÓN DE SUS ACTIVIDADES RESPECTO AL COMPROMISO ASUMIDO EN RESPONSABILIDAD SOCIAL. LAS DISTINTAS INICIATIVAS QUE VIENE REPORTANDO CRISTALIZAN LA VISIÓN A LARGO PLAZO Y EL ENFOQUE DE SUSTENTABILIDAD QUE LAS ENMARCA.

LOS AVANCES QUE SE ADVIERTEN RESPONDEN NO SÓLO A LAS EXPECTATIVAS CRECIENTES DE LOS GRUPOS DE INTERÉS, SINO TAMBIÉN A LA NECESIDAD DE CONSOLIDAR LA INTEGRACIÓN EN LA CULTURA CORPORATIVA, Y LA VISIÓN Y LAS PRÁCTICAS SUSTENTABLES EN LA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS.

COMO TODO PROCESO DE APRENDIZAJE, ES EVIDENTE QUE EN EL BANCO HAN ENTENDIDO -DICIENDO Y HACIENDO- QUE NO EXISTEN EMPRESAS EXITOSAS EN SOCIEDADES QUE FRACASAN.”

SEBASTIAN A. BIGORITO

Director Ejecutivo
Consejo Empresario Argentino
para el Desarrollo Sostenible
CEADS



En Banco Galicia buscamos que todos nuestros colaboradores trabajen en un ambiente saludable que les permita crecer personal y profesionalmente dentro de sus actividades. Hacemos los procesos de selección siguiendo procedimientos transparentes y equitativos basados en nuestro Código de Conducta.

A través del Programa de Jóvenes Profesionales, identificamos jóvenes graduados o próximos a graduarse con potencial de desarrollo que se ajusten al perfil buscado por el Banco²⁵.

Alentamos la diversidad en nuestra fuerza laboral, a través de alianzas con organizaciones con experiencia en inclusión de personas con movilidad reducida y provenientes de sectores vulnerables, y programas de inserción laboral con capacitaciones para diferentes puestos de trabajo.

Para las búsquedas internas seguimos utilizando nuestra herramienta Oportunidades Galicia que promueve el auto-desarrollo de los empleados. En el año recibimos 275 postulaciones para ocupar diferentes puestos dentro del Banco, publicamos 54 búsquedas y fueron seleccionadas 33 personas.

Todos nuestros empleados tienen acceso a beneficios ligados o no al negocio que pueden disfrutar día a día con sus familias.

La actividad de nuestros empleados se rige por Convenio Colectivo de Trabajo y la representación sindical la ejerce la Asociación Bancaria Sociedad de Empleados de Bancos (La Bancaria).

Durante el 2008, llevamos adelante un plan de pre-jubilación al que se adhirieron 101 personas.

GESTIÓN DEL CAMBIO

El equipo de Gestión del Cambio está orientado a ajustar a la organización a los cambios del contexto. A lo largo del año, estuvo presente en más de 20 proyectos, asistiendo a 4.000 empleados en: la reorganización de nuevos procesos, la implementación de nuevos sistemas y la adaptación a cambios culturales. También implementó el Sistema de Gestión de Reclamos.

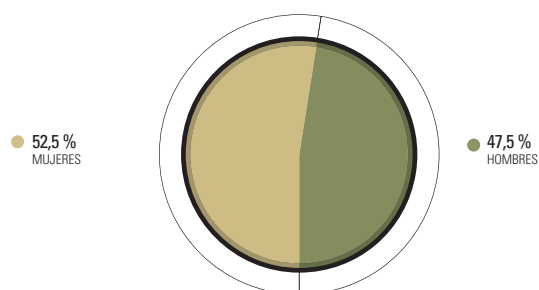
Alentamos a nuestros empleados a que se sientan parte de la empresa, vivan nuestros principios y valores y que a través del trabajo en equipo, generen vínculos internos que los ayuden a desarrollarse.



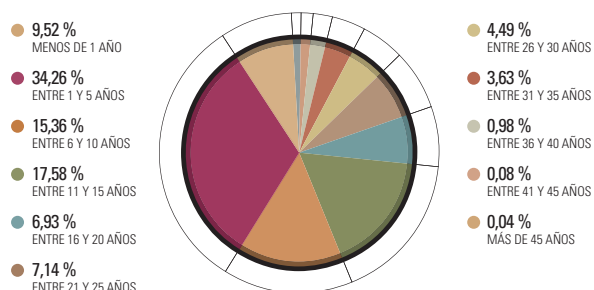
25. Del total de ingresantes al Banco 76 ingresaron mediante este programa.

	MUJERES	HOMBRES
Total empleados 2007	2.694	2.470
Total empleados 2008	2.796	2.528
Distribución por Cargo 2008		
Niveles iniciales	1.906	1.321
Niveles medios	748	791
Niveles de jefaturas	133	362
Niveles gerenciales	9	54
Edad promedio por Cargo 2008		
Niveles iniciales	31	33
Niveles medios	38	37
Niveles de jefaturas	42	43
Niveles gerenciales	52	51

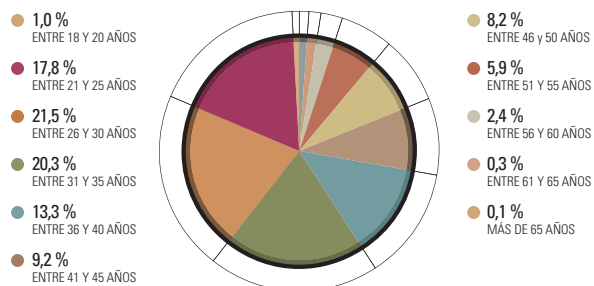
DISTRIBUCIÓN POR SEXO



DISTRIBUCIÓN POR ANTIGÜEDAD



DISTRIBUCIÓN POR EDAD



INCLUSIÓN LABORAL, DESARROLLO SOCIAL

OBJETIVO

Promover la contratación de personas con capacidades especiales o en situaciones de vulnerabilidad social a través de programas de integración y capacitación, desarrollados en conjunto con organizaciones de la sociedad civil especializadas en ambas temáticas.

RESULTADOS 2008

Continuamos y mejoramos el programa de empleabilidad para jóvenes provenientes de hogares de bajos recursos y con movilidad reducida, en alianza con FOC²⁶ y Fundación Par. De los cursos dictados por estas organizaciones, se eligen los participantes destacados, quienes deben atravesar un proceso de selección para su futura incorporación al Banco. Con las personas que ingresan a la entidad, se realiza un seguimiento y acompañamiento durante un período de 9 meses en diferentes sectores del Banco con el propósito de que puedan integrarse y desarrollarse en el nuevo contexto laboral. A través de esta iniciativa, ingresaron 4 nuevos colaboradores desde el inicio del programa.

DESAFÍOS 2009

“Tenemos como metas incrementar la cantidad de personas que ingresan mediante este Programa y mejorar la integración de los participantes. Queremos incorporar al Banco personas valiosas y productivas por lo que la formación, el seguimiento y la tutoría a cada participante, junto con el trabajo de las Fundaciones, son estrategias.”



VALERIA VENEGAS

Coordinadora de Capacitación



SOLUCIONES DE FORMACIÓN PARA EL DESARROLLO DE NUESTRA GENTE

Otorgamos carácter prioritario a la formación y mejora continua de las capacidades de nuestros colaboradores. Mediante una amplia variedad de soluciones educativas, buscamos desarrollar los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias que les permitan alcanzar su mejor desempeño en el puesto, propiciando su crecimiento personal y profesional.

Nuestra estructura de capacitación, que se desarrolla en el marco de Generación Galicia, se basa en cuatro pilares de acción:

1. Formación Continua
2. Formación para el Desarrollo
3. Formación Integral para Puestos clave
4. Formación Complementaria

FORMACIÓN CONTINUA

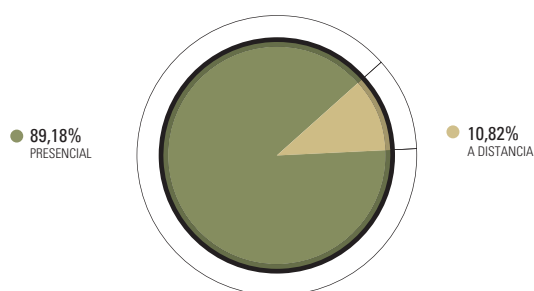
Con el objetivo de ofrecer a nuestros colaboradores una solución de formación y desarrollo orientada a la mejora del desempeño brindamos:

- Cursos a distancia y actividades de auto-estudio orientadas principalmente a la apropiación de conocimientos.
- Talleres, cursos presenciales y simulaciones interactivas destinadas a facilitar el desarrollo de habilidades clave.
- Programas integrales de formación que plantean un enfoque que combina diferentes acciones formativas bajo un sistema de seguimiento y medición del impacto en los resultados.
- Actividades extracurriculares destinadas al desarrollo profesional y personal de nuestros colaboradores.



CAPACITACIÓN						
	PART. PRESENCIALES		TOTAL HORAS		HORAS POR PERS.	
	2008	2007	2008	2007	2008	2007
Áreas Centrales	1.683	4.743	54.288	76.334	33	43
Sucursales	6.344	3.820	323.430	252.335	92	78
Total Banco	8.027	8.563	377.718	328.669	73 ²⁷	63 ²⁷

HORAS DE CAPACITACIÓN TOTAL



27. El Total Banco corresponde a la relación entre el total de horas de capacitación y la dotación total del Banco.





FORMACIÓN PARA EL DESARROLLO

Incentivamos el desarrollo profesional de nuestros empleados dentro del Banco a través de diferentes programas que les permiten especializarse en distintas áreas del negocio.

Programa de Liderazgo

Este programa está orientado a los distintos niveles jerárquicos con el objetivo de fortalecer habilidades tendientes a:

- Profundizar el desarrollo de competencias para dirigir equipos de alto desempeño.
- Potenciar los resultados del negocio.
- Sostener, en el largo plazo, la calidad de las prestaciones, tanto a clientes externos como internos.

PROGRAMA	PARTICIPANTES	DURACIÓN
Liderazgo Ejecutivo	Gerentes de Área y/o departamentales	400 horas
Programa de Liderazgo para el Cambio	Gerencia media	120 horas
Programa de Formación ADEN	Gerentes de sucursales y Casa Matriz, mandos medios con alto potencial	160 horas
Programa de Liderazgo y Gestión de Personas USAL	Niveles superiores de sucursales y Casa Matriz	40 horas

Programa Becas

Durante 2008 ofrecimos 121 Becas para Maestrías y Posgrados en universidades e instituciones educativas del país, éstas representaron 24.067 horas de formación.

	CANTIDAD DE BECAS		HORAS DE CAPACITACIÓN	
	2008	2007	2008	2007
Becas otorgadas por solicitud	55	20	11.242	3.746
Becas ofrecidas	66	58	12.825	12.173
Total Becas	121	78	24.067	15.919

PROGRAMAS INTEGRALES DE FORMACIÓN PARA PUESTOS CLAVE

Los programas integrales de formación son implementados para que nuestros colaboradores desarrollen competencias humanas y técnicas específicas para puestos clave de trabajo en el corto plazo.

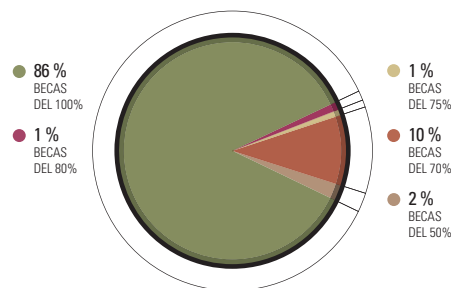
Estos plantean un enfoque basado en la mejora del desempeño e incluyen pasantías y prácticas en sectores del negocio. A su vez, cuentan con herramientas teóricas y prácticas para desempeñar tareas de liderazgo, manejo de grupos, análisis de resultados y control de gestión. La evaluación se realiza de acuerdo a su desempeño en las actividades prácticas, sus capacidades y aptitudes profesionales, y su actitud en relación al programa.

En el año implementamos nuevos Programas destinados a los siguientes puestos:

- Oficiales Apertura
- Team Leaders de Individuos
- Team Leaders y Supervisores de UVM
- Programa de Jóvenes Profesionales para Áreas Centrales

	PROGRAMA DE FORMACIÓN INTEGRAL	
	2008	2007
Horas de Capacitación	271.880	64.636
Participantes	980	180

BECAS PARA POSGRADOS





FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Con el propósito de promover entre nuestros empleados el desarrollo de capacidades que trasciendan sus tareas específicas, además de las capacitaciones relacionadas con el negocio y los puestos de trabajo, ofrecemos diferentes cursos fuera del horario laboral enfocados en el desarrollo personal.

Ampliamos significativamente la oferta de programas. En la actualidad, poseemos una propuesta de 31 cursos distribuidos en ejes temáticos:

- Finanzas
- Administración
- Negocio
- Liderazgo
- Genéricos

Algunos de los cursos destacados del año fueron: Fideicomiso financiero; Negociación; Seminario de entendimiento de empresas familiares; Marketing personal para profesionales; ABC de almuerzos con clientes; Autogestión del tiempo; Introducción a la creatividad; Taller de Atención y Protocolo Telefónico; Tutorías de Powepoint y Excel; y Taller de Chino, Inglés y Portugués.

PROGRAMA DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

	2008	2007
Horas de Capacitación	6.748	4.682
Participantes	559	476



OTRAS INICIATIVAS	PARTICIPANTES	ALIANZA
Taller Familia	Charlas y encuentros para acompañar a los empleados en el fortalecimiento de sus lazos familiares y generar un ámbito de discusión de las temáticas que surgen en la relación familia-trabajo. Este año se realizaron 2 encuentros que abordaron los siguientes temas: autoestima de los hijos y la cultura de la diversión adolescente. En total, 82 padres se sumaron a este programa.	Fundación Proyecto Padres
Programa para Madres Profesionales (Maternity Coaching)	Taller dirigido a embarazadas y a madres que se reinseran luego de sus licencias por maternidad. Los encuentros congregaron a 60 mujeres y abordaron temas como: el primer año de vida, el sueño, la transición de la pareja a la familia, y el equilibrio entre el trabajo y la vida familiar.	Fundación Proyecto Padres
Curso de Primeros Auxilios y Reanimación Cardio Pulmonar	Cursos destinados a capacitar sobre cómo reaccionar, ante la espera de atención médica, para salvar la vida de una persona en caso de una emergencia. En 2008, se llevaron adelante 3 cursos y participaron 87 colaboradores.	Cruz Roja Argentina



GALICIA ESCUELA

En 2007, debido a la necesidad de nombramientos y promociones, implementamos una amplia oferta de cursos mediante Galicia Escuela. Las capacitaciones abordan desde temas relacionados con los productos financieros hasta las novedades del mercado cambiario. Este año consolidamos nuestro Banco Escuela con más de 120 instructores internos que comparten conocimientos y experiencias, haciendo posible el desarrollo de nuestros empleados.

Galicia Escuela se refuerza mediante: el entrenamiento y la certificación de empleados por puesto; la puesta en común de mejores prácticas a través de pasantías y el ejercicio en el puesto de trabajo; el desarrollo de gerentes y mentores; la implementación de una red de instructores internos y expertos temáticos; y la promoción del auto-desarrollo profesional.

MÉTODOS DE EVALUACIÓN

Contamos con diferentes herramientas de evaluación para que nuestros empleados conozcan sus logros y áreas de mejora, y que estos resultados les permitan seguir creciendo en su carrera profesional.

Evaluación de Desempeño: brinda a los empleados reconocimiento sobre las fortalezas y una devolución sobre las áreas de mejora percibidas por su supervisor.

Evaluación de Competencias 360°: es una evaluación, implementada en 2008, que realizan diferentes compañeros que trabajan con el evaluado (colaboradores, pares, jefes) para obtener una mirada más objetiva, realista e integral de la persona. Este año evaluamos a 192 empleados bajo esta metodología.

Evaluación de Potencial: es una evaluación en la que un especialista identifica áreas de trabajo para desarrollar el potencial de las personas. A partir de ésta, el asesor de RRHH brinda una devolución de dicho informe para que el empleado lo pueda utilizar en su desarrollo. Esta herramienta también es utilizada para el otorgamiento de becas, la participación en Programas Integrales de Formación y la validación del perfil del colaborador para un puesto determinado.



SALUD

Brindar un ambiente seguro y saludable es fundamental para el buen desempeño de nuestros empleados y una prioridad para el Banco. Es por ello que contamos con una cobertura para emergencias y tenemos, en el edificio central, un consultorio para atención primaria. Todos nuestros empleados se encuentran bajo el Sistema de Obras Sociales, siendo Santiago Salud SA, la principal medicina prepaga.

A su vez, estamos interesados en fomentar el deporte y la vida sana a través de beneficios y eventos realizados para los colaboradores del Banco. Este año organizamos diferentes actividades deportivas - fútbol femenino y masculino, tenis, paddle, maratón, squash y mini golf - en las cuales participaron 1.338 empleados. Además, ofrecemos descuentos en cursos donde se enseñan técnicas respiratorias para el manejo de las emociones negativas, eliminación del estrés y de hábitos no deseados, y tenemos convenios con gimnasios de todo el país.

SEGURIDAD

Seguimos realizando los simulacros de evacuación y capacitando al personal responsable en los procedimientos y logística ante situaciones extremas, especialistas dieron charlas sobre uso de extintores y protección contra incendios en general. También incorporamos elementos de nueva tecnología para la seguridad de sucursales y edificios corporativos.

CANALES DE COMUNICACIÓN

Contamos con diferentes canales de comunicación para mantener informados a todos los que trabajamos en Banco Galicia. Buscamos generar un espacio de diálogo entre las personas de las diferentes áreas y puestos jerárquicos a través de una publicación anual -Notigal-, una trimestral -Notigal Diario-, la intranet -e-Company-, donde se publican noticias relacionadas con el negocio, la vida institucional del Banco y de la RSC. También realizamos encuentros con los responsables de RRHH, utilizamos el Correo electrónico -medio por excelencia para la difusión de noticias urgentes- y el Servicio Telefónico de Atención al Personal, línea de asistencia telefónica que ofrece a los empleados asesoramiento personalizado sobre distintos temas relacionados con el ámbito laboral y la realización de denuncias.

BENEFICIOS PARA EMPLEADOS

Beneficios ligados al negocio

Ofrecemos a nuestros empleados bonificaciones del 100% sobre los productos y servicios del banco: seguros de vida, caja de ahorro, cuentas corrientes, préstamos, tarjetas de crédito, tasas y primas preferenciales para préstamos. Este año entregamos 1.885 nuevas tarjetas de crédito.

TIPO DE PRÉSTAMO OTORGADO A EMPLEADOS		
	CANTIDAD	IMPORTE
Préstamos personales	1.775	31.267.445
Préstamos hipotecarios	327	45.821.057
Préstamos inquilinos - Propietarios	7	1.250.400
Préstamos hipotecarios para construcción	7	1.050.000
Total	2.116	79.388.902

Beneficios Internos Programados

Este Programa brinda una amplia gama de beneficios: actividades de recreación, descuentos en la compra de productos y servicios, hasta eventos exclusivos para nuestros empleados. En el año organizamos 26 actividades en las cuales participaron 3.776 empleados.



ASOCIACIÓN MUTUAL DEL PERSONAL DE BANCO GALICIA

Participan de la mutual del personal de Banco Galicia 1.421 empleados y 119 jubilados con aportes voluntarios de un mínimo porcentaje del salario. Ofrece beneficios y descuentos en el consumo de bienes y servicios.

CLUB DEL PERSONAL DE BANCO GALICIA

El Club del Personal es un espacio de encuentro de los empleados, jubilados y sus familias en el cual participan 2.865 personas. A lo largo del año:

- Inauguramos la pista aeróbica, construida íntegramente en el Club, con diseño de la Secretaría de Deportes de la Provincia de Buenos Aires.
- Ampliamos la capacidad de filtrado de la pileta grande en un 35%.
- Prestamos las instalaciones a organizaciones de la sociedad civil.
- Organizamos actividades recreativas para los socios durante los fines de semana desde noviembre.

HACIA LA GRADUACIÓN: DESARROLLO PROFESIONAL

OBJETIVO

La Fundación desarrolla un programa de becas para facilitar a nuestros colaboradores la obtención de un título universitario en carreras afines a las actividades del Banco. Este programa motiva a los empleados a completar sus carreras universitarias en la institución que ellos elijan, tanto pública o privada. Contar con empleados más capacitados, contribuye al desarrollo del capital humano de Banco Galicia.

RESULTADOS 2008

379 empleados accedieron a este beneficio y recibieron un subsidio de 300 pesos mensuales con la posibilidad de renovarse cada cuatrimestre a través de la presentación del rendimiento académico del cuatrimestre anterior.

DESAFÍOS 2009

"El desafío para 2009 es seguir manteniendo el Programa de Becas para colaboradores del Banco, que -en un primer momento- fue pensado como un proyecto para el celebrar el 40° Aniversario de la Fundación y ha seguido creciendo desde el 2004. Tenemos la satisfacción que muchos becarios ya han terminado sus estudios."



DR. ALEJANDRO ROJAS LAGARDE
Consejero de la Fundación Banco Galicia



FUNDACIÓN
BANCO GALICIA

Con más de 40 años, la Fundación Banco Galicia trabaja con gran vocación de servicio para nuestros empleados, jubilados del Banco y sus familias.

Como todos los años, se desarrollaron diferentes actividades buscando mejorar la calidad de vida de nuestra gente.

Plan de vacunación. Lanzamos en marzo de 2008 un plan de vacunación por el cual ningún hijo de empleado, menor de 18 años, quedó sin vacunar por falta de dinero. La Fundación cubrió el 100% del costo, o el 50% en caso que la prepaga se hiciera cargo del porcentaje restante.

Plan Estudiantil. Consiste en la entrega de una caja completa de útiles escolares a los hijos de los empleados del Banco en período escolar y guardapolvos para quienes así lo requieran. En marzo de 2008 se entregaron en forma extraordinaria 150 pesos adicionales por hijo para cubrir gastos relacionados con el inicio de clases.

Becas Estudiantiles. Las mismas son mensuales y se renuevan cada cuatrimestre, y están destinadas a empleados con más de un año de antigüedad en el Banco y con un sueldo menor a 4.000 pesos. En el primer cuatrimestre de 2008 se actualizaron los montos de las becas otorgadas.

Colonia de vacaciones. Las colonias son de verano e invierno para los hijos de entre 5 y 13 años de los empleados del Banco en las instalaciones del Club de Empleados del Banco. En 2008 se incorporó en el mes de junio la Ayuda por Colonia de Vacaciones para Hijos de empleados en el Interior del País.

Entrega de ajuares. Se entregaron ajuares a todos empleados con hijos recién nacidos.

Día del Niño. Se regalaron bicicletas y entregaron una bolsa de golosinas a cada uno de los hijos de los empleados que asistieron al festejo organizado por la Fundación.

Subsidios para situaciones de emergencia. Se asiste a los empleados del Banco con acciones concretas y pedidos especiales, contemplando cada caso particular en un espacio de confianza y contención.

Entrega de Mobiliario. A través de la Fundación se canalizan muebles, computadoras, impresoras, equipamiento informático y otros bienes en buen estado que el Banco ya no utiliza, donándolos a organizaciones de la sociedad civil, escuelas y hospitales.

SANTIAGO SALUD

Este servicio brinda a sus afiliados consultorios médicos, clínicas adheridas, centros de atención de emergencias, laboratorios de análisis clínicos, diagnóstico por imágenes y muchas otras especialidades, además de descuentos en farmacias de la Ciudad de Buenos Aires y del Gran Buenos Aires. El aporte de cada uno de los afiliados representa el 2% de su salario bruto.

LA FUNDACIÓN EN NÚMEROS		
	2008	2007
Plan de vacunación		
Cantidad de vacunas	479	-
Plan estudiantil		
Cajas de útiles	2.884	2.512
Guardapolvos	1.078	965
Asignaciones extraordinarias de 150 pesos	2.147	-
Becas estudiantiles		
Total de becas otorgadas	379	242
Becas en el primer semestre	181	119
Becas en el segundo semestre	198	123
Colonia de vacaciones		
Cantidad total de hijos de empleados	571	440
Cantidad total de hijos de empleados del interior	55	-
Entrega de mobiliario		
Computadoras e impresoras	698	1.079
Muebles varios	2.198	3.229
Elementos informáticos y de electrónica	320	2.092 ²⁸
Ajuares	302	250
Subsidios para situaciones de emergencia	3.078	2.661
Santiago Salud		
Empleados	3.616	3.842
Jubilados	711	712
Retirados	838	659
Total de afiliados	5.165	5.172

28. En 2007 se realizaron donaciones especiales a Gendarmería y a la Policía de Formosa.



“ LAS EMPRESAS CUMPLEN UNA FUNCIÓN SOCIAL PRODUCIENDO BIENES Y SERVICIOS EFICIENTEMENTE, PERO TAMBIÉN CONTRIBUYENDO A PROYECTOS QUE PROMUEVAN EL PROGRESO DEL PAÍS Y DE SU POBLACIÓN.

UN DEBATE SOBRE LOS PROBLEMAS DE LA EDUCACIÓN ES UNA CONDICIÓN PARA MEJORARLA, AGREGANDO CALIDAD AL VALOR AGREGADO DE LA PRODUCCIÓN Y POR ENDE PROMOVRIENDO EL DESARROLLO DEL PAÍS, HACIENDO POSIBLE UNA MAYOR EQUIDAD.

CONTRIBUIR A PENSAR EL PAÍS EN EL LARGO PLAZO ES UNA RESPUESTA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA. ”

ROBERTO CORTÉS CONDE
Académico Titular
de la Academia Nacional de
Ciencias Económicas



COMUNIDAD:
COMPROMISO CON
LA EQUIDAD SOCIAL



En Banco Galicia concebimos que toda organización debe tener en cuenta el contexto donde opera. Eso nos lleva a seguir acompañando iniciativas de organizaciones de la sociedad civil, entidades públicas e instituciones académicas, y a desarrollar programas que contemplen la generación de valor social y ambiental. Así, nuestro compromiso con la construcción de una sociedad con equidad se plasma en una gestión profesional concreta.

Trabajamos mediante programas que buscan generar valor social. A la hora de definir sus objetivos, creemos imprescindible contar con un diagnóstico de situación preciso. De ahí que este año acompañamos al Programa del Observatorio de la Deuda Social Argentina (UCA) que elabora -de manera sistemática- documentos de trabajo que reflejan las problemáticas sociales.

En un contexto económico y social complejo, pensamos que nuestra inversión en programas con la comunidad es estratégica. Tenemos como objetivo fortalecer el trabajo que venimos realizando y optimizar la asignación de recursos para que nuestra contribución sea mayor y más sustentable.

Nuestros ejes de acción están orientados a la inclusión social y al largo plazo:

PROGRAMA DE EDUCACIÓN:
VALOR A TU FUTURO

PROGRAMA DE PROMOCIÓN LABORAL:
VALOR A TU DESARROLLO

PROGRAMA DE SALUD:
VALOR A TU SALUD

RESULTADOS

Presencia en Provincias	24
Programas con la Comunidad	98
Alianzas con Organizaciones	100
Beneficiarios:	
Entidades	227
Escuelas	4.505
Emprendedores	3.545
Desempleados	4.559
Pacientes	31.788
Alumnos	45.469
Docentes	4.895

EDUCACIÓN: VALOR A TU FUTURO

Nuestro trabajo en educación aborda dos dimensiones:

1. Programa de Fomento a la Formación: proyectos pedagógicos dirigidos a diferentes niveles escolares. Incluye también la difusión de temáticas de interés público entre niños y adolescentes, el impulso de actividades extracurriculares y el reconocimiento de gestiones destacadas.

2. Programa de Mejora de la Calidad Educativa: proyectos destinados a fortalecer las capacidades de los organismos educativos de gestión pública o privada. Comprende programas de capacitación docente y fortalecimiento de la gestión educativa.

De acuerdo con la opinión de nuestros grupos de interés, concentramos nuestra mayor inversión social en este eje de trabajo.

RESULTADOS	
Presencia en Provincias	24
Programas con la Comunidad	38
Alianzas con Organizaciones	39
Beneficiarios:	
Entidades	15
Escuelas	4.401
Alumnos	41.975
Docentes	4.225

PROYECTO	ORGANIZACIÓN	DESCRIPCIÓN	ALCANCE
FOMENTO A LA FORMACIÓN			
Taller de Planificación Económica	Asociación Conciencia	Incrementar la conciencia de estudiantes secundarios sobre la importancia del ahorro, la planificación personal, la fijación de metas y el sistema bancario para que puedan aplicarlos a su propia realidad y a la de su entorno.	Bs. As., Cap. Federal, Córdoba, Jujuy, Salta, Santa Fe y Tucumán
Becas Escolares	Fundación Cimientos, Fundación La Salle	Ofrecer oportunidades educativas a niños de familias de bajos ingresos que cursan el primario. También se les brinda un servicio gratuito de apertura y mantenimiento de cajas de ahorro para la gestión de las becas.	Nacional
Formación Secundaria con orientación laboral	Asociación para el Fomento de la Cultura	Complementar la educación media con la enseñanza profesional, otorgando al egresado la orientación en hotelería.	Nacional
Promoción del Estudio Superior	UDES, UTDT, USAL, ITBA, Fundación Marista, CEIDA	Otorgar becas de estudio superior y realizar aportes al Fondo de Becas. • Maestría en Periodismo • Posgrado en Organizaciones sin fines de Lucro • Posgrado en Gestión de Organizaciones con Fines Sociales • Licenciatura en Administración y Sistemas • Ingeniería Industrial, Curso II CEIDA.	Nacional
Programa educativo y de acción cultural	Malba	Acercar la obra y el pensamiento de artistas latinoamericanos al mundo de los chicos, permitiendo el encuentro entre la escuela, los niños y el arte.	Nacional
Hacia el Bicentenario	Secretaría de Cultura	Promover el análisis y el debate acerca del Bicentenario de la Revolución de Mayo a los niños y adolescentes de entre 9 y 18 años de escuelas de todo el país y así fomentar el aprendizaje de las artes y las letras como herramientas de reflexión.	Nacional
Potenciar: comunidades rurales	Fundación Emprendimientos Rurales Los Grobo	Mejorar y fortalecer los hábitos de lectura y escritura, los sentimientos de pertenencia a la comunidad y la identidad personal a través de la participación en programas radiales realizados por los alumnos.	Buenos Aires (Bellocq)
Certamen escolar "Cómo sueñas el lugar donde vives"	FADAM (Federación Argentina de Amigos de Museos)	Generar una experiencia que ponga en juego la imaginación, fomente la exploración y conduzca a los alumnos a diseñar un lugar ideal a partir de la zona donde viven, que a través de propuestas concretas pueda transformarse en un lugar real.	Nacional
Premio Comunidad a la Educación	Diario La Nación	Reconocer a las escuelas, universidades y agrupaciones civiles que atienden a poblaciones en situación de vulnerabilidad socio-educativa, a través de proyectos, programas, políticas y prácticas que faciliten la inclusión.	Nacional

LA PLANIFICACIÓN ECONÓMICA, CLAVE PARA ALCANZAR METAS

El "Taller de Planificación Económica" que implementamos junto a la Asociación Conciencia, dirigido a alumnos que cursan el último año del nivel secundario/polimodal de todo el país, finalizó un nuevo año. El programa busca que los jóvenes conozcan e incorporen los conceptos de Planificación Económica Personal, para poder aplicarlos a su propia realidad y a la de su entorno, sea como una práctica personal enriquecedora, o en el marco de su futuro desempeño laboral.

Durante el año, esta iniciativa alcanzó a 600 alumnos, 40 docentes, 20 escuelas y 2.400 beneficiarios indirectos. La última evaluación manifestó que el 87 % de los alumnos consideró que el Taller le sirvió para pensar algo nuevo sobre la administración del dinero, el 83 % no le cambiaría nada y el 93 % piensa que debe seguir realizándose en otros colegios.



ALIANZA CON FUNDACIÓN MARISTA: UNA EXPERIENCIA POSITIVA

OBJETIVO

Con el programa “Potenciamos tu Talento” brindamos acompañamiento personalizado y becas de estudio a jóvenes de bajos ingresos, entre los 17 y los 20 años, para que tengan un título universitario y así favorecer su integración futura calificada al mercado laboral. La inversión por alumno al año asciende a 9.368 pesos.

RESULTADOS 2008

En alianza con Fundación Marista²⁹ incorporamos 18 jóvenes becados para que inicien sus estudios en carreras afines a la actividad bancaria.

En 2009 ingresarán 20 nuevos alumnos a este esquema de becas.

TESTIMONIO

“El haber obtenido esta beca es una oportunidad única para mi crecimiento personal y profesional ya que me permite privilegiar mis estudios y me da la posibilidad de no tener que preocuparme por mis gastos como estudiante. Esta beca representa un gran desafío y estoy muy agradecido con el Banco y la Fundación por confiar en mí.”



LEONARDO VICARI

Becario de “Potenciamos tu Talento”, estudiante de la Facultad de Ciencias Económicas de la UBA

29. La Fundación Marista es parte del Programa Solidario Marista que atiende a chicos y jóvenes en grave riesgo de vulnerabilidad a través de distintas acciones vinculadas prioritariamente con la educación formal y no formal.

LA INVERSIÓN EN EDUCACIÓN SUPERIOR

Impulsamos el mérito y el esfuerzo de jóvenes que manifiestan un interés expreso por continuar sus estudios mediante nuestro Programa de Becas Universitarias. Sabemos que, en la sociedad del conocimiento, la inversión en estudios avanzados resulta prioritaria y nuestra intención es favorecer la igualdad de oportunidades.

Este programa también busca fortalecer los lazos del Banco con las universidades del país. De ahí que acompañamos la necesidad de expansión de instituciones académicas y facilitamos ámbitos de reflexión sobre la realidad universitaria, entre otras iniciativas.

Este año desarrollamos junto con el diario La Nación un Ciclo de encuentros sobre Educación Superior a fin de promover instancias de pensamiento en torno a las necesidades del país y la educación en el mediano y largo plazo³⁰. Reconocidos intelectuales, rectores universitarios y profesionales participaron de estos encuentros: Enrique Iglesias, Guillermo Jaim Etcheverry, Juan Llach, Antonio Battro, Rubén Hallú, Juan Pablo Nicolini, Carolina Scotto, Ms. Alfredo Zecca, Enrique Molina Pico, Marcelo Villar, Carlos Rosenkrantz, Daniel Gómez, Ana Jaramillo, Carlos Newland, José Joaquín Brunner, Jesús de Miguel, Ms. Marcelo Sánchez Sorondo y Juan Carlos Tedesco. Los encuentros estuvieron moderados por Roberto Cortés Conde.



30. Todos los encuentros dieron origen a una nota periodística. Se puede acceder a los artículos en: www.lanacion.com.ar

PROMOCIÓN LABORAL: VALOR A TU DESARROLLO

Buscamos promover formación para el trabajo y brindar nuevas oportunidades para que las personas de bajos recursos puedan insertarse en el mercado laboral. Sobre todo, si tenemos en cuenta que del total de desempleados del 2007, según el Observatorio de la Deuda Social de la UCA, más del 60% no tenía estudios secundarios y provenía de un nivel socioeconómico bajo o muy bajo.

En esta línea, “Valor a tu desarrollo” tiene como objetivos:

- capacitación a personas de sectores desfavorecidos,
- facilitar la formación de micro y pequeñas empresas a partir de emprendimientos sustentables,
- contribuir al fondeo de Instituciones de Microfinanzas (IMFs),
- establecer políticas de inclusión para personas en situación de vulnerabilidad o discapacidad.

RESULTADOS

Presencia en Provincias	22
Programas con la Comunidad	19
Alianzas con Organizaciones	20
Beneficiarios:	
Emprendedores	3.545
Desempleados	4.559



PROYECTO	ORGANIZACIÓN	DESCRIPCIÓN	ALCANCE
PROMOCIÓN DE LA INSERCIÓN LABORAL DE GRUPOS VULNERABLES			
Del Microem- prendimiento a la PyME	Fundes, IAE	Brindar herramientas que fomenten y faciliten la formalización de actividades productivas de quienes ya tienen un microemprendimiento sustentable y potenciar la generación de empleo.	Nacional
Adopte un Joven	Fundación Impulsar	Apoyar a jóvenes desempleados o sub-empleados sin recursos económicos y con escasa experiencia a fin de que pongan en marcha su propio proyecto productivo o de servicios y que se conviertan en económicamente autosuficientes.	San Luis
Desafío - Cursos de Formación Auxiliar Contable y Formación para Call Center	Fundación de Organización Comunitaria (FOC)	Promover la educación integral del adolescente y del joven de manera tal que pueda completar sus estudios, capacitándose para insertarse en el mundo del trabajo.	Buenos Aires
Programa de Becas en Oficios - Escuela Taller	Dir. General Casco Histórico del Gob. de la Ciudad de Bs As.	Articular la capacitación y el empleo; formando mano de obra idónea para la recuperación del patrimonio edilicio.	CABA
Mejoras Produc- tivas	Cruzada Patagónica	Procurar el crecimiento y la superación de la calidad de vida de los pobladores rurales de la región, impulsando sus actividades productivas.	Neuquén Río Negro
Aldea La Esperanza	Fundación Misión Esperanza	Formar y capacitar a jóvenes en la cultura del trabajo, del esfuerzo y la responsabilidad, bajo una formación rica en valores.	Córdoba
Tejiendo el Sur	Fundación Social para el Bienestar de la Gente	Desarrollar capacidades y potencialidades para la inclusión laboral de las mujeres de la Boca que viven en situación de pobreza y/o desocupación.	CABA
Instalación de Centro Cultural	Asociación Responde	Crear un espacio de crecimiento cultural y educativo que permita generar posibilidades de desarrollo económico-social innovadoras.	Santa Fe (San Francisco)
FORMACIÓN PARA LA EMPLEABILIDAD			
Estrategias para la búsqueda de empleo	Servicio de Empleo AMIA	Capacitar a personas que buscan insertarse o reinsertarse laboralmente, permitiéndoles ampliar sus posibilidades de ingreso en el mercado de trabajo.	CABA Bs. As Tucumán Córdoba Sta. Fe Mendoza
Servicio de Integración Laboral	Fundación Par	Formar a personas con discapacidad para que puedan desarrollar un perfil laboral acorde a los requerimientos del mercado y asumir un rol más protagónico en la búsqueda de empleo.	Santa Cruz CABA
Emprendedores Tecnológicos	Junior Achievement Motorola	Estimular en los estudiantes universitarios el espíritu emprendedor para así motivarlos a generar sus propios emprendimientos.	Córdoba Buenos Aires

PROGRAMA DE BECAS EN OFICIOS - ESCUELA TALLER

El trabajo junto con la Escuela Taller en alianza con la Dirección General Casco Histórico del GCBA plasma la intención del Banco en seguir desarrollando articulaciones público - privadas, promoviendo iniciativas de mayor escala. El modelo Escuela Taller fortaleció la creación e implementación de políticas de apoyo a la preservación, desarrollo sostenible del patrimonio y normativas de protección. Promueve la recuperación urbana y edilicia como la creación de estructuras de gestión y participación ciudadana.

Su objetivo es capacitar a personas en situación de desocupación o subocupación en oficios³¹ vinculados con la preservación del patrimonio arquitectónico, satisfaciendo la demanda de la Ciudad de Buenos Aires de este perfil de trabajadores. Para ello, dicta cursos de albañilería, yesería, pintura de obra y carpintería, además de talleres de limpieza técnica de metales, pétreos y maderas y moldería.

HACIA NUEVAS VÍAS DE ACCESO AL CRÉDITO JUNTO CON LA FUNDACIÓN GRAMEEN

OBJETIVO

Mediante nuestra alianza con Fundación Grameen Mendoza (www.grameen.org.ar), buscamos fortalecer a instituciones de microfinanzas para que puedan ampliar su alcance. Por su intermedio, brindamos acceso a microcréditos a personas de pocos ingresos, otorgándoles la posibilidad de iniciar y consolidar sus emprendimientos. De esta forma, se mejora su calidad de vida, la de sus familias y su comunidad. También otorgamos préstamos con tasa subsidiada para proyectos sociales.

RESULTADOS 2008

Financiamos 900.000 pesos en una línea de crédito para que sea aplicada a capital de trabajo. De ahí que 375 prestatarios pudieron desarrollar sus emprendimientos con esfuerzo, capacidad y creatividad. En esta labor también se destacan las siguientes actividades:

- Acompañamiento en el proceso de capacitación técnica específica
- Apoyo durante el desarrollo de los emprendimientos
- Articulación productiva con emprendedores

Para el 2009 se prevee una expansión de este programa.

TESTIMONIO

"En este tiempo junto a Grameen mi emprendimiento fue creciendo y pude seguir progresando. Hoy me siento respaldada económicamente gracias a los créditos a los que accedí, pero también me gustaría recalcar que mi formación personal cambió gracias a la capacitación recibida y a la oportunidad de generar nuevos canales de comercialización de mis productos."



SRA. GRACIELA GARCÍA SOSA DE LAS HERAS
Prestataria de la Fundación Grameen

LOS MICROCRÉDITOS: UNA APUESTA QUE CRECE

Creemos estratégico aumentar las oportunidades de acceso al crédito de las personas que se encuentran excluidas del sistema financiero tradicional o que han quedado atrapadas en el círculo de la pobreza. Nuestra inversión en el fortalecimiento de las IMFs se fundamenta en su capacidad en la promoción del desarrollo.

Las microfinanzas comprenden el conjunto de servicios (microcréditos, ahorro, microseguros, etc.) para personas de pocos ingresos, que no se encuentran en situación de ofrecer garantías bancarias y que, en ese sentido, resultan excluidas del mercado financiero tradicional.

Los microcréditos son préstamos de bajo monto para la realización de actividades cuentapropistas -no incluyen el consumo- y su ejecución se basa en las relaciones interpersonales.

Mediante nuestra Política de Créditos / Sector Microfinanzas establecimos actuar como una "institución de segundo piso", financiando a las IMFs para el desarrollo de sus carteras. Las IMFs a las que se les otorga la línea crediticia son administradas por la Gerencia de Crédito Empresas.

También otorgamos subsidios a los siguientes proyectos:

PROYECTO	ORGANIZACIÓN	DESCRIPCIÓN	ALCANCE
MICROCRÉDITOS			
Proyecto de Desarrollo Productivo	Fundación CUBA Alternativa 3	Promover la financiación a través de microcréditos, el desarrollo local, la autogestión, y la articulación productiva.	Buenos Aires (Fátima)
Hacia el sueño de una mesa compartida II	Cáritas Argentina Comisión Nacional	Otorgar asistencia financiera, acompañamiento de un proceso de capacitación técnica específica y en organización, y espacio propio de comercialización.	Buenos Aires (Merlo)
Programa de Microcréditos para Mejoramiento de Vivienda (Promevi)	Fundación Sagrada Familia	Brindar préstamos de dinero para ampliar o mejorar las viviendas, asesoramiento de arquitectos y trabajadores sociales, y acceso a descuentos en materiales.	Buenos Aires (San Fernando)



31. Cada año ingresan 240 nuevos alumnos; sus egresados intervinieron en: Casa de la Cultura (ex diario La Prensa), Casa Museo Isaac Fernández Blanco, Museo Carlos Gardel, Centro Cultural General San Martín, Parque Lezama, Catedral Metropolitana, Convento de San Francisco, entre otros.

VALOR A TU SALUD

Nuestro tercer pilar de acción promueve la mejora en la calidad de vida de las personas principalmente por medio de la implementación de programas que fomenten el bienestar físico, mental y social a través de la nutrición, la investigación, y la mejora de la atención médica.

Estas acciones se centran en dos programas: **Fomento a la Salud e Integración de Grupos Vulnerables**, para brindar el acceso de los sectores menos favorecidos a un estado de bienestar físico, mental y social; y **Mejoras en Hospitales y Centros de Salud**, a fin de favorecer el progreso de instituciones dedicadas a la salud.

RESULTADOS	
Presencia en Provincias	18
Programas con la Comunidad	41
Alianzas con Organizaciones	41
Beneficiarios:	
Entidades	212
Escuelas	104
Pacientes	31.788
Alumnos	3.494
Docentes	670



PROYECTO	ORGANIZACIÓN	DESCRIPCIÓN	ALCANCE
FOMENTO A LA SALUD E INTEGRACIÓN DE GRUPOS VULNERABLES			
Prevención de la desnutrición infantil	CONIN	Contribuir a la prevención de la desnutrición infantil mediante la capacitación y valoración de los lazos sociales de las comunidades.	Nacional
Grupos de apoyo en el Área de Salud Mental	EMA	Atender a 160 pacientes con esclerosis múltiple bajo la coordinación de un grupo de profesionales.	CABA
Prevención de enfermedades zoonóticas	FABA	La prevención de enfermedades transmitidas por mascotas y la tenencia responsable de animales.	Buenos Aires
Atención Médica	Fundación Manos Abiertas	Brindar atención médica, medicamentos, alimentos y asistencia integral a 450 familias.	Buenos Aires
Asistencia a enfermos de cáncer	ACIAPPO	Brindar contención a 50 pacientes con cáncer y sus familias y facilitar recursos para sus necesidades.	CABA
Programa de Prevención de Adicciones	Obispado de San Isidro - Conferencia Episcopal Argentina	Facilitar encuentros nacionales y asesoramiento a las Diócesis, e impulsar las publicaciones y la información en general de las distintas propuestas que éstas generan.	Buenos Aires
Becas - Curso para Graduados en Diabetes	Sociedad Argentina de Diabetes	Otorgar becas destinadas a médicos del Interior del país para asistir al Curso para Graduados en Diabetes.	CABA
Plan Solidagro	Solidagro	Reforzar la nutrición de personas, en su mayoría niños y financiar el apoyo escolar con materiales incluidos y el taller de artesanías en tiento.	Corrientes
Provisión de medicamentos	Tzedaká	Mejorar la calidad de vida de 40 niños mediante la provisión de medicamentos durante 6 meses.	CABA

LOS LÍDERES COMUNITARIOS PREVIENEN LA DESNUTRICIÓN: ALIANZA BANCO GALICIA - CONIN

El “Programa de Prevención de la Desnutrición Infantil”, impulsado junto a CONIN (Cooperadora para la Nutrición Infantil), cerró un nuevo año. Su objetivo es generar conciencia sobre la gravedad de esta problemática y su prevención.

Las capacitaciones a líderes sociales (responsables de comedores infantiles, docentes rurales, agentes sanitarios, entre otros), enfocan el problema desde la perspectiva pediátrica, nutricional y emocional. A través de los líderes, podemos llegar a las madres con hijos en riesgo.

A lo largo del año, el programa capacitó a 593 líderes y estuvo presente en Ciudad y Provincia de Buenos Aires, Salta, Córdoba, Corrientes, San Juan, Santiago del Estero, Santa Fe y Chaco.

INVERSIÓN EN APARATOLOGÍA: HOSPITAL PIROVANO

OBJETIVO

Contribuir con la mejora de la calidad de atención de los pacientes que concurren al sistema de salud público mediante proyectos concretos en instituciones.

RESULTADOS 2008

Facilitamos al Hospital Pirovano, a través de COAS, un nuevo sistema de videoendoscopia que permite realizar estudios de gran precisión y visualizar lesiones hasta ahora prácticamente indetectables por sus imágenes de alta definición. Esta adquisición fue posible gracias a la contribución de 120.000 pesos.

La proyección a 2009 es contribuir a cubrir las necesidades, presentes en las diferentes provincias del país. Comenzaremos en el Nordeste por sus niveles de pobreza y por la cantidad de gente que no tiene cobertura de salud y en la Patagonia debido a su aislamiento.

TESTIMONIO

“Valoramos la colaboración que, desde el ámbito privado, diversas empresas brindan a los organismos públicos de salud. Particularmente la contribución que ha hecho el Banco al donar aparatología para estudios endoscópicos nos permite abreviar los tiempos que demanda la realización de los mismos, lo que redunda en mayor cantidad de pacientes atendidos.”



DR. JOSÉ LUIS TOBAR

Subdirector Médico del Hospital General de Agudos "Ignacio Pirovano"

NUESTRA COLABORACIÓN CON LA SALUD PÚBLICA

Porque queremos contribuir con la calidad de atención de los pacientes en instituciones públicas y su bienestar integral, apoyamos iniciativas de mejoras en hospitales y centros de salud principalmente a través de organizaciones de la sociedad civil especializadas. Esto permite que los profesionales puedan trabajar con recursos más modernos y que las instituciones estén en mejor estado.

Nuestro aporte a las instituciones de la salud se realiza mediante la adquisición de aparatología, recursos hospitalarios e infraestructura.

PROYECTO	ORGANIZACIÓN	DESCRIPCIÓN	ALCANCE
MEJORA EN HOSPITALES Y CENTROS DE SALUD			
Adquisición de Equipamiento	Fundación Policía Federal Argentina	Respirador de emergencia evento medical, un respirador microprocesado de alta complejidad y tres monitores multiparamétricos para el Servicio de Unidad de Terapia Intensiva Pediátrica del Hospital Policial Churrucá-Visca.	CABA
Adquisición de Equipamiento	Fundación Dr. Juan A. Fernández	Video Endoscopio para el Servicio de Gastroenterología del Hospital de Agudos "Dr. Juan A. Fernández".	CABA
Adquisición de Equipamiento	Hospital de Niños "Ricardo Gutiérrez"	Banda ergométrica para realizar pruebas de esfuerzo a pacientes.	CABA
Adquisición de Equipamiento	LALCEC	Mamógrafo	CABA
Adquisición de Equipamiento	Damas Rosadas	Horno de esterilización de mamaderas, que cubre pediatría y terapia para el hospital Materno Infantil de San Isidro.	Buenos Aires (San Isidro)
Ampliación del Centro Valoremos la Vida	Padres de Schoenstatt	Se contribuyó con el centro al que concurren personas con discapacidad mental donde reciben atención médica, alimento, asesoramiento y realizan actividades recreativas y formativas.	Buenos Aires (Flores de Varela)



**PROGRAMA INTERACTIVO
DE AYUDA POR REGIONES (PRIAR)**

El PRIAR es el programa de voluntariado corporativo que nació por iniciativa de los empleados del Banco, y hoy dirige sus acciones mediante la Asociación Civil “Ayudando a Ayudar”. Su objetivo es implementar proyectos sustentables de ayuda en educación, salud y alimentación.

Se desarrolla en diferentes instituciones como escuelas, hospitales, hogares de niños y ancianos y comedores, y sus beneficiarios principales son niños, adultos y ancianos de pocos ingresos que habitan en las diferentes áreas de influencia del Banco.

El proceso comienza con la identificación de una necesidad, a partir de la cual los empleados con vocación de servicio acercan su propuesta a los líderes de equipo (team leaders). La organización beneficiada y el plan de trabajo es evaluado según criterios de sustentabilidad, prioridad y factibilidad.

Los proyectos solidarios son implementados a través de la red de sucursales mientras que las Áreas Centrales brindan soporte a través de campañas periódicas de colaboración y actividades especiales dirigidas a recaudar los fondos y los materiales necesarios para su ejecución.

Voluntarios	3.033
Proyectos desde el comienzo del programa	99
Proyectos finalizados	68
Proyectos en ejecución	31
Beneficiarios	14.513



LOCALIDAD	INSTITUCIÓN	BENEF.	DESCRIPCIÓN
Bragado Bs. As.	Esc. N°14 - F. Sarmiento	100	Equipamiento y refacción de partes dañadas.
Chacabuco Bs. As.	Centro Educativo Complementario 801	152	Equipamiento de las aulas con material didáctico y libros, y pintura exterior e interior del edificio.
Bolívar Bs. As.	Talleres Nueva Esperanza	14	Mejorar las instalaciones edilicias y mobiliarias en general y construir una sala de computación.
T. Lauquen Bs. As.	Colegio Escuela de Adultos N° 701, Lucía Pettinoti de Pastor	200	Construir y equipar una sala de computación y una biblioteca.
Pilar Bs. As.	El Jagüel de María	48	Reconstrucción general, puesta en marcha huerta, gallinero y talleres.
Vicente López Bs. As.	Jardín de Infantes Las Hormiguitas	74	Ampliar el jardín con una sala para separar a los niños de 2 y 3 años.
S. Fernando BsAs	Club Virreyes	300	Equipamiento de la enfermería y la secretaría
Tigre Bs. As.	Comedor Padre Oscarito	80	Construcción de un jardín de infantes para los niños del comedor. Asistencia general.
Hurlingham Bs. As.	Hogar de Niños Fund. María Virgen	170	Asistencia integral.
Adrogué Bs. As.	Casa del Niño Nuestra Señora de Betharram	70	Refacción de techos, plomería y baños. Reconstrucción del merendero del hogar.
CABA Bs. As.	Comedor Madre Camila	80	Refacción de la sala de almuerzo y la cocina del comedor.
Bella Vista Bs. As.	Fundación Argentina Científica Establo Terapéutico (FACET)	30	Techar los 300 m2 del picadero del establo.
Rosario Santa Fe	Asoc. Vecinal Saladillo Sur Tiro Suizo	250	Ampliación de la sede para poder implementar talleres.
V. Tuerto Santa Fe	H. de Ancianos S. José	35	Realizar reparac. edilicias y de infraest. en general.
Reconquista Santa Fe	Comedor "Ayudame a Ayudar"	40	Abastecimiento de agua para la cocina e instalaciones sanitarias.
Mendoza Mendoza	Asociación Nuestra Señora del Milagro	220	Ampliación y equipamiento de la cocina.
Mendoza Mendoza	Comun. S. José Moscati Cotelengo Rama Caída	80	Reposición de una bomba y un tanque de agua, refacción de baños, instalación de termotanques.
Mendoza Mendoza	Fundación Brazos Abiertos	336	Mejorar el inmueble actual donde funciona la entidad. Construir habitaciones para hombres y mujeres, baños, remodelar el baño, la cocina y todas las instalaciones.
San Juan San Juan	Escuela para Niños Hipoacúsicos	80	Alimento, ropa y medicamentos.
San Juan San Juan	Ullúm - Escuela de Educación Múltiple	40	Construcción de baños con duchas, asistencia integral.
Córdoba Córdoba	Colegio Jesús de la Misericordia	48	Equipamiento y refacción de talleres de carpintería y costura.
Córdoba Córdoba	FONBEC	30	Posibilitar a estudiantes destacados a que continúen sus estudios, evitando la deserción escolar por falta de medios económicos durante el ciclo lectivo 2008-2009.
Tucumán Tucumán	Escuela N°190	80	Construcción de techo para patio cubierto, equipamiento de taller de computación y puesta en marcha de huerta.
Sgo. del Estero Sgo. del Estero	Escuela N° 85 República del Perú	100	Construcción de un pozo de agua y refacción general de la escuela.
Salta Salta	Parroquia Nuestra Señora de Itatí	100	Construcción de salón comunitario y compra de bloquera para taller de fabricación de ladrillos.
San Juan San Juan	Comedor Escuela Emanuel	200	Puesta en marcha y equipamiento de un salón de usos múltiples.
Ushuaia Tierra del Fuego	Jardín de Infantes Caminito de Colores	200	Equipar la sala de computación y construir un salón de usos múltiples.
Gualectuaychú Entre Ríos	La Casita de Caritas L. Rossi	30	Equipamiento de un taller de costura.
Goya Corrientes	Com. Santa Rita Goya	180	Construcción de un quincho.
Posadas Misiones	Escuela Provincial N° 730	100	Instalación de una huerta comunitaria y construcción de un nuevo horno para elaborar pan.
Formosa Formosa	Comunidad Laguna Yema	240	Emprendimiento productivo Harina de Algarroba y derivados.



EL VOLUNTARIADO HACE LA DIFERENCIA: EL CASO DEL COMEDOR MADRE CAMILA

TESTIMONIO

"Fue una enorme satisfacción poder llevar adelante las mejoras que nos planteamos para el comedor Madre Camila. Esto no hubiera sido posible sin el esfuerzo y el compromiso de todos y cada uno de los integrantes del equipo PRIAR de la zona Microcentro. Nos llena de alegría poder dar una mano a quienes lo necesitan y nos compromete a seguir adelante en este camino que nos hemos propuesto desde los inicios del PRIAR."



MARCELO IRAOLA
Presidente de la Asociación Civil
Ayudando a Ayudar



Cuando los voluntarios del PRIAR de la Zona Microcentro visitamos el Comedor Madre Camila vivenciamos el gran trabajo que realizan la Congregación de Hermanas Pobres Bonaerenses de San José y los voluntarios que cada día ofrecen sus ganas y tiempo para ayudar a los más necesitados.

Este comedor, situado en la Ciudad de Buenos Aires, recibe diariamente a más de 80 adultos que no tienen techo ni trabajo. Además de brindarles un plato caliente de comida y la posibilidad de ducharse, las hermanas y los voluntarios del comedor se preocupan por escuchar y dar contención a quienes asisten cada día. Por lo general, son personas que viven en la calle y no encuentran una salida laboral para poder reinserirse en el mercado de trabajo.

Vimos que la institución necesitaba remodelar totalmente la cocina y contar con medidas de higiene y seguridad necesarias para albergar a tantas personas. Enseguida decidimos ser parte de este desafío de contribuir con las personas que asisten al comedor y hacer posible que cuenten con un lugar, cómodo, limpio y seguro.

Nos repartimos las tareas y en un año logramos equiparlo con muebles nuevos hechos a medida, una bacha doble para limpiar las ollas y una cocina industrial para facilitar la cocción de la comida. También hicimos que se instalen matafuegos, disyuntores y ventanas reglamentarias para garantizar la seguridad del lugar, que se coloquen azulejos en las paredes del comedor para contribuir con su limpieza y que se cuelguen carteles de salida de emergencia en cada pasillo del comedor.

CELEBRANDO EL PATRIMONIO CULTURAL

Seguimos realizando diferentes actividades para la restauración, el mantenimiento y la conservación de edificios y monumentos históricos. Todos ellos son un reflejo de nuestra historia y es por ello que nos ocupamos de su puesta en valor. También trabajamos activamente en la promoción y el fomento artístico y cultural con el objetivo de tender puentes relacionados con la creatividad y el esfuerzo.

Monumento Ballet Nacional

Este año participamos en la restauración del Monumento Ballet Nacional en la Plaza Lavalle de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. El proyecto consistió en la reparación de fisuras y veredas del entorno del monumento, impermeabilizado de paredes y fondo de fuente, mejora de las cañerías e instalación eléctrica y de aguas claras. La inversión total del proyecto fue de 195.942,9 pesos.

Nuestra participación en otros proyectos de restauración:

- Catedral de San Isidro (Buenos Aires)
- Parroquia San Ignacio de Loyola (CABA)
- Centro Cultural Recoleta (CABA)



ALIADOS COMUNALES, PROVEEDORES RESPONSABLES

OBJETIVO

Contratar proveedores locales que desarrollen sus actividades de manera responsable a fin de promover y mantener nuestros estándares de calidad y confiabilidad, favoreciendo así el desarrollo de las economías regionales. Estas empresas del interior trabajarán para mantener la infraestructura edilicia de la red de sucursales.

RESULTADOS 2008

Contratamos a la empresa Sing (Ing. Fernández), la que se destacó entre sus competidores -de distintas provincias- por hacer foco en la capacitación y provisión de herramientas para sus empleados. Ésta es la encargada del mantenimiento, la construcción y la remodelación de las sucursales del sur del país como Ushuaia, Río Grande y Comodoro Rivadavia.

DESAFÍOS 2009

"Creemos que la responsabilidad debe estar presente en toda la cadena de valor del Banco. Por eso, en el 2009 seguiremos privilegiando el trabajo con proveedores que comparten nuestros valores. Esta decisión redundará en beneficio mutuo y de la comunidad en la cual operamos."



OMAR TITTARELLI
Gerente de Administración

PROVEEDORES: COMPROMISO CON LA TRANSPARENCIA

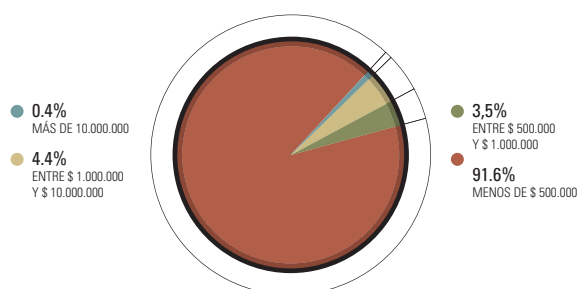


En Banco Galicia contamos con una gran variedad de proveedores en cuanto a su tamaño y sectores a los que pertenecen. Buscamos permanentemente mejorar nuestra comunicación para desarrollar una relación de confianza y mutuo beneficio.

Año a año trabajamos para mejorar los canales de diálogo para que todos nuestros proveedores puedan informarse sobre las novedades del Banco, ver la facturación como realizar reclamos y sugerencias. Los 2 canales principales de comunicación son el portal del Banco (www.e-galicia.com) y Tradecom (www.visor.tradecomar.com), sistema especializado en las transacciones entre empresas.

	2008	2007
Cantidad total de proveedores	2.511	2.153

CANTIDAD DE PROVEEDORES POR FACTURACIÓN



MÁS CERCA DE LOS PROVEEDORES

Seguimos trabajando en un proyecto de abastecimiento corporativo que nos permita sistematizar y homogeneizar el proceso de compras y favorecer un mejor vínculo con nuestros proveedores.

Realizamos diferentes iniciativas para fomentar al desarrollo de los proveedores:

- Formalización del proceso de evaluación, desarrollo y mantenimiento de los proveedores.
- Inclusión de controles formales de solvencia financiera dentro de la evaluación de alta a proveedores.
- Diseño de un procedimiento que permite analizar la conducta crediticia de aquellos proveedores que son clientes del banco.
- Implementación de procesos que permitan el monitoreo de las mejoras.
- Definición de factores que se tendrán en cuenta al solicitar certificaciones a los proveedores.



TRANSMITIR VALORES A LA CADENA DE VALOR

En 2007 publicamos el Código de Conducta para Proveedores que cuenta con dos partes:

1. compromisos asumidos por la empresa;
2. lo que la empresa espera obtener de los proveedores.

Este año seguimos trabajando para difundir los principios y propósitos del Banco a toda nuestra cadena de valor.

Esta iniciativa es desarrollada por la Gerencia de RSC y el Departamento de Compras, la última también asume la responsabilidad de su implementación.

La ejecución se desarrolla en dos etapas básicas:

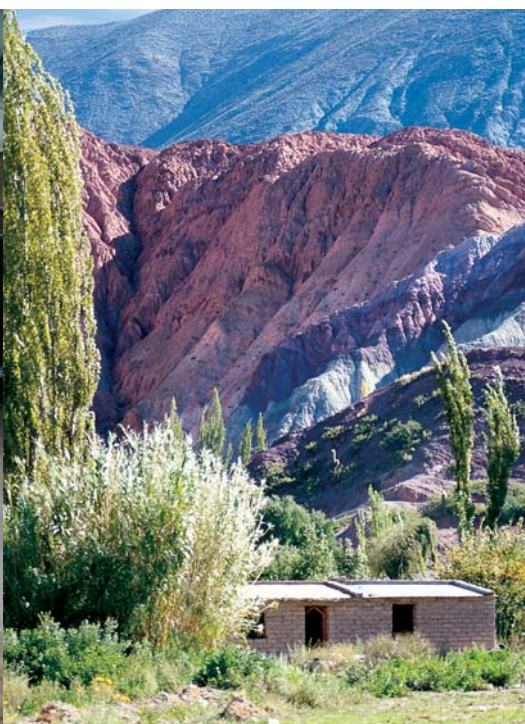
1. conocimiento y adhesión de los proveedores al Código de Conducta;
2. control y evaluación del cumplimiento del Código de Conducta para Proveedores.

1. Conocimiento y adhesión de los proveedores al Código de Conducta:

Luego de su lanzamiento el año pasado del Código de Conducta, este año nos enfocamos en su difusión y adhesión, a través de los canales habituales de acceso, como lo son: www.e-galicia.com y www.tradecomar.com (Empresa orientada al intercambio electrónico de transacciones entre empresas -Business to Business).

ASPECTOS INCLUIDOS EN EL CÓDIGO DE CONDUCTA DE PROVEEDORES

- PRINCIPIOS Y VALORES DE BANCO GALICIA
- PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS
- RESPONSABILIDAD, SEGURIDAD, CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN
- RESPETO POR LA LEY Y TRÁMITES IMPOSITIVOS
- LEALTAD COMERCIAL Y HONESTIDAD
- CUIDADO DEL MEDIOAMBIENTE Y RESPETO POR SU NORMATIVA
- LEGITIMACIÓN DE LA IGUALDAD Y DIVERSIDAD
- CUMPLIMIENTO DE LEYES LABORALES Y UN AMBIENTE DIGNO DE TRABAJO



2. Control y evaluación del cumplimiento del Código de Conducta para Proveedores:

En septiembre de 2008 comenzamos los primeros pasos de la segunda etapa en la cual el equipo de Auditoría Interna del Banco realizó un control y evaluación sobre la adhesión de los proveedores al Código de Conducta.

Se realizaron las siguientes tareas, logrando un resultado satisfactorio en la evaluación:

- Recopilación y análisis de la normativa externa e interna.
- Lectura y análisis del Código de Conducta de Proveedores del Banco.

- Verificación de la existencia de la declaración jurada impositiva (que contenga ítem referido al código de conducta) en cada alta de proveedor.
- Verificación de la existencia y archivo de antecedentes de cada proveedor (solicitud de referencias, cartas de recomendación, etc.) por parte del sector contratante.

En 2008, 538 proveedores leyeron y firmaron el Código de Conducta, alcanzando un total de 1.201 proveedores que adhirieron.

CON EL MEDIO AMBIENTE
TENEMOS UN PAPEL
PROTAGÓNICO. SEPARAMOS
PARA RECICLAR

OBJETIVO

Optimizar el proceso de reciclado de papel, seguir generando conciencia y fomentar la participación de los colaboradores del Banco en el manejo de los residuos.

RESULTADOS 2008

Consolidamos el circuito y las prácticas de la Campaña de reciclado de papel. En la Torre Corporativa y edificios aledaños contamos con cestos para diferenciar residuos reciclables de no reciclables, y adquirimos una balanza para el pesaje diario del papel. Como parte de la campaña, organizamos una votación en la que participaron más de 520 empleados a fin de elegir un proyecto para destinar los fondos recolectados por la venta de papel. La propuesta ganadora fue la de la Fundación ProYungas³²: creación de un jardín botánico de las Selvas del Noroeste.

Al mismo tiempo, seguimos promocionando el correo electrónico para el envío de información, la reutilización de los papeles y el uso racional del fotocopiado.

DESAFÍOS 2009

“Continuar la revisión de los riesgos directos que fueron reducidos por la Campaña de Reciclado y que fue incorporada a nuestros hábitos. Estas prácticas junto con nuestro trabajo en la financiación de proyectos sustentables nos ha permitido un crecimiento profesional y contribuir desde lo cotidiano con el ambiente.”



MARÍA ESTER CARLINI
Jefe de Crédito Sectorial / Ambiental



AMBIENTE:
COMPROMISO CON EL
ANÁLISIS DE IMPACTO

Nos hemos abocado a fortalecer nuestra estrategia de gestión ambiental, ampliando el alcance de la gestión de nuestro impacto ambiental indirecto y apuntalando los esfuerzos de reducción del directo.

Impacto ambiental indirecto: extendimos el requerimiento de evaluar proyectos de inversión con criterios ambientales a todas nuestras líneas de crédito.

Impacto ambiental directo: participamos voluntariamente del Carbon Disclosure Project (CDP) y comenzamos a identificar nuestro inventario de emisiones de Carbono. También consolidamos nuestra campaña de reciclado de papel, identificamos otros materiales susceptibles de ser reciclados, analizamos nuestro sistema de compras para reconocer nuevas oportunidades de compras sustentables, y relevamos e identificamos indicadores de desempeño ambiental.

IMPACTO AMBIENTAL INDIRECTO

Ampliación de la cartera de créditos sujetos a evaluación con créditos ambientales

En consistencia con nuestra adhesión a los Principios de Ecuador, decidimos extender el requerimiento de los proyectos de inversión. Ahora, las solicitudes de crédito susceptibles a ser evaluadas según criterios ambientales son aquellas que superan los 500.000 pesos, en lugar de las que ascienden los 15.000.000.

Continuamos ofreciendo a nuestros clientes la línea de crédito de la Corporación Financiera Internacional (CFI), miembro del Banco Mundial, que incluye la evaluación de aspectos ambientales de los proyectos para los que se solicita este financiamiento. A lo largo del año, se aprobaron 71 nuevos créditos por un monto total de 47.500.000 dólares.

A continuación, se detalla la composición de esta cartera de inversiones:

SECTOR	PARTICIPACIÓN POR ACTIVIDAD %		CANTIDAD DE OPERACIONES VIGENTES		MONTO PROMEDIO DEL PRÉSTAMO AL CIERRE DEL PERÍODO (U\$S)	
	2008	2007	2008	2007	2008	2007
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	13,6	11,6	25	10	11.895.477	4.620.000
Explotación agrícola ganadera	3,9	0,0	7	0	3.400.000	0
Cultivo de cereales, oleaginosas y forrajeras	45,5	40,4	49	20	39.794.500	16.129.500
Servicios agrícolas y pecuarios	11,9	10,8	8	2	10.374.523	4.300.000
Producción de granja y cría de animales	2,5	2,3	4	2	2.150.000	900.000
Cultivos de hortalizas, legumbres, flores y plantas	2,9	6,0	2	1	2.510.000	2.400.000
Cultivo de vid	0,3	0,8	1	1	300.000	300.000
Cultivo de tabaco	0,3	0,0	1	0	300.000	0
Elaboración de vinos	0,2	0,5	1	1	200.000	200.000
Cría de ganado bovino	5,8	5,0	8	2	5.100.000	2.000.000
Cultivo de frutas	1,6	3,0	2	1	1.400.000	1.200.000
Elab. de productos alimenticios	0,6	1,3	1	1	500.000	500.000
Fabricación de máquinas y aparatos eléctricos	0,9	2,0	1	1	800.000	800.000
Fabricac. partes, piezas, acc. p/ vehíc. autom.	0,0	0,0	0	0	0	0
Hotelería	1,4	3,0	2	2	1.200.000	1.200.000
Venta por mayor de materia prima	3,8	7,0	2	1	3.300.000	2.800.000
Venta por mayor de maquinaria y equipos	0,3	0,6	1	1	250.000	250.000
Cría de animales	0,3	0,8	1	1	300.000	300.000
Fca. de Productos Químicos	2,3	5,0	1	1	2.000.000	2.000.000
Fabricación de artículos de tocador y limpieza	1,1	0,0	1	0	1.000.000	0
Transporte	0,7	0,0	1	0	625.000	0
Total	100,0	100,0	119	48	87.399.500,00	39.899.500,00

Capacitación: Evaluación Ambiental

También fortalecimos nuestras actividades de capacitación acerca de las evaluaciones ambientales, ascendiendo a 308 horas. Asimismo, incrementamos la cantidad de miembros del equipo de trabajo responsables de la realización de estos análisis de riesgo.

COMPARTIENDO APRENDIZAJES

Dado que somos la primera entidad que adhirió a los Principios de Ecuador en el Cono Sur, presentamos:

- Un caso de estudio en el seminario “Performance Standards Community of Learning Event” de la CFI en su sede central (Washington, Estados Unidos).
- Nuestro sistema de análisis de riesgo ambiental en las “Jornadas de Intercambio de Experiencias” de la Asociación de Adoptantes de los Principios de Ecuador realizada en Uruguay.
- Una exposición sobre la experiencia del Banco respecto al Riesgo Ambiental a estudiantes de Loyola Marymount University (California, Estados Unidos).



IMPACTO AMBIENTAL DIRECTO

Apuntalando nuestro compromiso público

En 2008 fuimos invitados a sumarnos al Carbon Disclosure Project (CDP), el mayor proyecto global sobre cambio climático y mercado financiero. El CDP está orientado a relevar información de calidad sobre el desempeño de las empresas en relación con este fenómeno. Las entidades participantes deben responder sobre las oportunidades que el cambio climático presenta para los negocios, las emisiones de gases de efecto invernadero, la estrategia de la empresa para su reducción, y el compromiso del directorio al respecto.

El CDP también promueve la atracción de inversores interesados en empresas ambientalmente responsables.

Eficiencia en el uso de recursos

Analizamos los procesos de nuestro departamento de compras con el propósito de minimizar el impacto de la utilización de los insumos que requiere nuestra actividad e identificar soluciones sostenibles para las compras realizadas. Las acciones más relevantes de este año refieren a la:

- Sustitución de parte de los sobres de papel sulfito³³ por otros de papel 100% reciclado
- Sustitución de la compra de bolsas de polietileno por bolsas de papel madera o cartón
- Sistematización del proceso de seguimiento de la disposición final de los cartuchos y el toner utilizado en las impresoras, conforme con la Ley 24.051 Decreto 831/93 de Residuos Peligrosos
- Unificación de los tamaños de papel membretado en tamaño carta para evitar la compra de papel en otros tamaños menos utilizados

33. Los sobres de papel sulfito están compuestos por papel reciclado en un 70%.

Modernización en el Departamento de Administración de Clientes y Productos

El Departamento de Administración de Clientes y Productos redujo en una tonelada el consumo de papel en menos de un año. Impulsado por la campaña de reciclado, comenzó a optimizar los recursos existentes y fijó como objetivo consumir un 30% menos de papel.

Lo ambicioso de esta meta llevó a que se examinaran los procesos mediante los cuales se gestionaba el trabajo cotidiano. Este desafío apeló a la creatividad de cada uno de los integrantes del equipo. En consecuencia, la gestión del trabajo fue agilizándose y los recursos comenzaron a ser mejor aprovechados. El ahorro no se limitó al papel, sino que también incluyó: toner, electricidad, tiempo de tareas de archivo y de ejecución de tareas, espacio de archivo local y general, entre otros. Esta nueva forma de gestionar sigue en proceso de modernización.





AHORRO ENERGÉTICO Y HUELLA DE CARBONO

La huella de carbono se calcula por la cantidad de gases de efecto invernadero generados y se expresa en unidades de dióxido de carbono (CO₂). Su análisis estableció una estrategia que nos permitirá, paulatinamente, medir todas nuestras emisiones y trabajar para reducirlas.

El punto de partida de este año ha sido la medición de CO₂ generado por consumo de electricidad, gas natural y viajes de negocios realizados en avión de acuerdo a la iniciativa GhG Protocol del WRI³⁴ y del WBCSD³⁵ aplicando las herramientas para organizaciones con base en oficinas y servicios. De esta forma y a partir de este año, comenzamos a reportar los indicadores ambientales en base anual.

INDICADORES AMBIENTALES³⁶

INDICADOR ³⁷	UNIDADES	PROMEDIO MENSUAL	PROMEDIO MENSUAL
		2008	2007
Consumo de papel blanco	Ton.	207	208
Papel reciclado blanco	Ton.	60	35
Papel reciclado archivo	Ton.	236	-
Consumo de agua	m ³	52.872	52.173
Consumo de gas	m ³	58.633	79.302
Consumo de electricidad	MWh	19.208	17.491
Emisiones directas ³⁸	Ton. CO ₂ equiv.	114	154
Emisiones indirectas ³⁹	Ton. CO ₂ equiv.	9.443	8.256

PROMOVRIENDO LA CONCIENCIA AMBIENTAL EN FAMILIA

Impulsamos el “Concurso de dibujo sobre el cuidado del medio ambiente”, orientado a que los hijos de los colaboradores del Banco y de empresas vinculadas también desarrollen su conciencia ecológica. Las ilustraciones debían reflejar alguna de las siguientes problemáticas: la conservación del agua, el consumo de energía, el cuidado de la flora y fauna, y el uso de elementos reciclables.

34. WRI: World Resources Institute.

35. WBCSD: World Business Council for Sustainable Development.

36. Los datos han sido ajustados para ser reportados en base anual a fines de comparabilidad.

37. Abarca edificios centrales y la Torre Corporativa. En el caso de agua se informa sólo cuando cuentan con medidores. Significan una superficie de 69.890 m² y una población de 2.535 empleados.

38. En función del protocolo aplicado se reporta bajo esta denominación las emisiones correspondientes al consumo de gas natural.

39. En función del protocolo aplicado se reporta bajo esta denominación las emisiones correspondientes al consumo de electricidad y viajes en avión.

Los ganadores del concurso de dibujo fueron: 01) Diego Julián Barbieri Baldomir, 02) Martina Caroff, 03) Agustina Aquerreta, 04) María Julia Curotto, 05) Sebastián Bertoluzza, 06) Agustina Tassitani, 07) Magalí Pedemonte.

INDICADORES PRIMARIOS DE
DESEMPEÑO (IBASE)

	2008		2007
BASE DE CÁLCULO	MONTO (PESOS)		MONTO (PESOS)
Ingreso neto (IN)	195.262.000,00		30.422.000,00
Ingreso operativo neto (ION)	1.531.640.000,00		1.060.310.000,00
Nómina de pago bruto (NPB)	334.849.439,17		213.639.597,00
INDICADORES SOCIALES INTERNOS	MONTO (PESOS)	% DE NPB	% DE ION
Alimentación	15.173.330,00	4,53	0,99
Cargas sociales obligatorias	99.554.300,00	29,73	6,50
Salud	8.939.318,66	2,67	0,58
Educación	494.703,00	0,15	0,03
Cultura	1.119.594,44	0,33	0,07
Desarrollo profesional y capacitación	5.777.093,14	1,73	0,38
Guarderías y asistencia para el cuidado infantil	2.426.335,34	0,72	0,16
Total indicadores internos	133.484.674,58	39,86	8,72
INDICADORES SOCIALES EXTERNOS	MONTO (PESOS)	% DE NPB	% DE ION
Educación	1.164.248,47	0,35	0,08
Promoción laboral	641.729,39	0,19	0,04
Salud e inclusión social	907.330,18	0,27	0,06
Voluntariado corporativo	46.263,86	0,01	0,00
Restauración de patrimonio cultural	482.909,97	0,14	0,03
Otros	158.455,00 ⁴⁰	0,05	0,01
Contribución total a la sociedad	3.400.936,86	1,02	0,22
Impuestos (sin incluir cargas sociales)	471.785.413,08	140,89	30,80
Total indicadores externos	475.186.349,94	141,91	31,02
INDICADORES DEL PERSONAL			
Número de empleados al final del ejercicio	5.324		5.164
Número de admisiones durante el ejercicio	664		807
Tasa de rotación (%)	10		7
Cantidad de empleados mayores de 45 años	1.169		1.052
Cantidad de empleados mujeres	2.796		2.694
% de cargos gerenciales ocupados por mujeres	14,0		17,1
INFORMACIÓN RELEVANTE ACERCA DE RSC			
Total de accidentes relacionados con el trabajo	60		67
Los proyectos sociales y/o ambientales fueron definidos por (áreas involucradas en definición)	Gerencia de RSC		Gerencia de RSC
Los estándares de salud y seguridad en el trabajo fueron definidos por (áreas involucradas en definición)	Directorio y Gerentes		Directorio y Gerentes
En relación con asuntos sindicales y negociación colectiva, la compañía...	Sigue las normas de la OIT		Sigue las normas de la OIT
Días perdidos por huelgas	0		0
Cantidad de delegados sindicales	77		74
Al seleccionar proveedores, los mismos estándares de responsabilidad ética, ambiental y social de la compañía:	Son exigidos		Son exigidos
Para empleados involucrados en actividades voluntarias, la compañía...	Apoya e incentiva		Apoya e incentiva
VALOR AGREGADO TOTAL (CIFRAS EN MILES DE PESOS)			
Valor agregado distribuido	1.478.313		939.408
Valor obtenido de los accionistas reinvertido en la empresa	-		-27.024
Valor agregado neto	1.478.313		912.384
Valor agregado distribuido Gobierno (impuestos)	187.232		119.348
Dividendos de accionistas	-		-
Reinversión de ganancias ⁴¹	661.346		348.555
Empleados	629.735		444.481

40. Corresponde a 34 entidades beneficiarias.

41. Incluye en el año 2007 la reinversión de ganancias por \$ 318.133 y la ganancia del ejercicio no distribuida por \$ 30.422. Incluye en el año 2008 la reinversión de ganancias por \$ 466.084 y la ganancia del ejercicio no distribuida por \$ 195.262.



INDICADORES GRI - COMUNICACIÓN SOBRE EL PROGRESO (COP)

Para la elaboración de este Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2008 utilizamos la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global con su Suplemento Sectorial para el Sector Financiero.

	PÁGINA
1. VISIÓN Y ESTRATEGIA	
1.1 Declaración del máximo responsable	4-5
1.2 Descripción de los ppales. impactos, riesgos y oportunidades	6-15, 54-59
2. PERFIL	
2.1 Nombre de la organización	8
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios	8-9
2.3 Estructura operativa	8
2.4 Localización de la sede principal	(1)
2.5 Países en los que opera	(2)
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	8
2.7 Mercados servidos	8, 17-25
2.8 Dimensiones de la organización informante	9,59
2.9 Cambios significativos del período	21, (3)
2.10 Premios y distinciones recibidos	15
3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA	
3.1 Período cubierto por la información	6
3.2 Fecha de la Memoria anterior más reciente	6
3.3 Ciclo de presentación de memorias	6
3.4 Punto de contacto para cuestiones de la memoria	64
3.5 Proceso de definición del contenido	6-7
3.6 Cobertura de la Memoria	6
3.7 Existencia de limitaciones de alcance	6
3.8 Aspectos que puedan afectar la comparación informativa	(3)
3.9 Técnicas de medición para elaborar los indicadores	6
3.10 Efectos de las correcciones de información de informes anteriores	(3), 21
3.11 Cambios significativos resp. a períodos ant. sobre alcance y cobertura	6
3.12 Localización de contenidos identificando las páginas o enlaces web	60-61
3.13 Política y práctica sobre verificación externa	62-63
4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS	
4.1 Estructura de gobierno	10-11
4.2 Características de la presidencia del Consejo	10
4.3 Consejeros independientes o no ejecutivos	10
4.4 Comunic. entre accionistas y empleados, y el máximo órgano de gob.	(4)
4.5 Vínculo entre la retribución de los directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización	10
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno	7,10-11
4.7 Capac. de los miembros del Consejo en temas de sostenibilidad	13 (5)
4.8 Declaración, misión, valores y códigos sobre sostenibilidad	7,13
4.9 Evaluación del desempeño de la organización sobre sostenibilidad por parte del Consejo	10-11
4.10 Evaluación del propio Consejo en temas de sostenibilidad	(6)
4.11 Principio de precaución	11, 55-58
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados en la comunidad	38-49, 55-58
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca y grado de implicación	14
4.14 Relación de grupos de interés de la organización	7, 14, 16-59
4.15 Procedimiento para la definición de los grupos de interés	6-7, 12-14
4.16 Enfoques utiliz. para la particip. de los grupos de interés	7, 14, 18, 22-27, 35
4.17 Aspectos de interés surgidos de la particip. de los grupos de interés	7, 26-27
INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO	
EC1 (P) Principales magnitudes económicas	9, 59
EC2 (P) Consecuencias financieras, otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático	55-58
EC3 (P) Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales	59
EC4 (P) Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos	(7)
EC5 (A) Rango entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local	(8)
EC6 (P) Política, prácticas y proporción de gasto con proveedores locales	(9)
EC7 (P) Procedimientos p/ la contratación y proporción de altos directivos loc.	(10)
EC8 (P) Inversiones en infraestructura y servicios para el beneficio público	38-49, 59
EC9 (A) Entendimiento, descripción y alcance de impactos económicos indirectos significativos	12-14, 16-24, 29, 38-49

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE	
Empleo	
LA1 (P) Desglose de empleados por tipo empleo, contrato y región	30-31
LA2 (P) Nº total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región	30-31, 59
LA3 (A) Beneficios sociales para empleados con jornada completa.	(11)
LA4 (P) Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo	29, 59
LA5 (P) Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos	(12)
LA6 (A) Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud	(13)
LA7 (P) Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y nº de víctimas mortales	(14), 59
LA8 (P) Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de enfermedades graves	35
LA9 (A) Asuntos de salud y seg. cubiertos en acuerdos formales con sindicatos	35
LA10 (P) Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado	31-33
LA11 (A) Prog de gest. de habilidades y de formación continua a trabajadores	31-34
LA12 (A) Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional	34
LA13 (P) Órganos de gobierno corporativo y plantillas, por sexo, edad, pertenencia minoría	30
LA14 (P) Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, por categoría profesional	(15)
INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS	
HR1 (P) Porcentaje y nº total de acuerdos de inversión con cláusulas de derechos humanos	(16)
HR2 (P) Porcentaje de proveedores analizados en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas	52-53
HR3 (A) Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con derechos humanos	(17)
HR4 (P) Nº total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas	(18)
HR5 (P) Actividades contra la libertad de asociación y medidas correctoras	(18)
HR6 (P) Actividades con riesgo de explotación infantil y medidas correctoras	(18)
HR7 (P) Actividades con riesgo de trabajos forzados, no consentidos y medidas correctoras	(18)
HR8 (A) Porcentaje del personal de seguridad formado en derechos humanos	(19)
HR9 (A) Nº total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas	N/A
INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD	
S01 (P) Programas y prácticas para evaluar y gestionar impactos en las comunidades	12-13, 38-49
S02 (P) Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos con la corrupción	11
S03 (P) Porcentaje empleados formados en anti-corrupción	11
S04 (P) Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción	(20)
S05 (P) Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobbying	(21)
S06 (A) Aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas	(22)
S07 (A) Nº total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia	(18)
S08 (P) Valor monetario de sanciones, multas y nº total de sanciones no monetarias por incumplimiento de leyes	(18)
INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO	
PR1 (P) Fases del ciclo de vida de los productos y servicios evaluadas en la salud y seguridad de los clientes	N/A
PR2 (A) Nº total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios	N/A
PR3 (P) Procedimiento para la información y etiquetado de productos y servicios	(23)
PR4 (A) Nº total de incumplimientos relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios	(18)
PR5 (A) Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente	26-27
PR6 (P) Procedimiento y programa de cumplimiento con la normativa de comunicaciones de marketing	(24)



Indicadores que responden a los Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas

PR7 (A)	Nº total de incidentes por incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing	14
PR8 (A)	Nº total de reclamaciones con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes	(18)
PR9 (P)	Coste de multas por incumplimiento de la normativa sobre suministro y el uso de productos y servicios	(18)

INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL

EN1 (P)	Materiales utilizados, por peso o volumen	58
EN2 (P)	Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados	58
EN3 (P)	Consumo directo de energía por fuentes primarias	58
EN4 (P)	Consumo indirecto de energía por fuentes primarias	58
EN5 (A)	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia	57-58
EN6 (A)	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía	54-58
EN7 (A)	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía	54-58
EN8 (P)	Captación total de agua por fuentes	58
EN9 (A)	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua	N/A
EN10 (A)	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada	N/A
EN11 (P)	Terrenos en propiedad, arrendados o gestionados de alto valor de biodiversidad en zonas no protegidas	N/A
EN12 (P)	Impactos en espacios naturales protegidos y no protegidos de alto biodiversidad	N/A
EN13 (A)	Habitats protegidos o restaurados	N/A
EN14 (A)	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad	N/A
EN15 (A)	Nº de especies cuyos habitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones	N/A
EN16 (P)	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso	58
EN17 (P)	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso	(25)
EN18 (A)	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas	(26)
EN19 (P)	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso	58
EN20 (P)	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso	N/A
EN21 (P)	Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino	N/A
EN22 (P)	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	56
EN23 (P)	Nº total y volumen de los derrames accidentales más significativos	N/A
EN24 (A)	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos	N/A
EN25 (A)	Recursos hídricos y habitats afectados por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización	N/A
EN26 (P)	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios	55
EN27 (P)	Porcentaje de productos vendidos que son reclamados al final de su vida útil	N/A
EN28 (P)	Coste de las multas significativas y sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental	(18)
EN29 (A)	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados	N/A
EN30 (A)	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales	56

SUPLEMENTOS SECTORIALES

FS1	Políticas con componentes ambientales y sociales aplicados en las líneas de negocio básicas	(27)
FS2	Procesos para evaluar y controlar los riesgos ambientales y sociales en las líneas de negocio básicas	11, 55-56
FS3	Procesos de monitoreo de la implementación y cumplimiento por parte de los clientes de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos o transacciones	55-56
FS4	Procesos para mejorar las competencias de los empleados para implementar las políticas y procedimientos ambientales y sociales aplicados en las líneas de negocio básicas	11, 13-14, 31-34, 55
FS5	Interacciones con clientes / sociedades participadas / socios empresariales con respecto a los riesgos y oportunidades sociales y ambientales	55
FS6	Porcentaje del total de unidades de negocio por región específica, tamaño y sector	8-9, 21

FS7	Valor monetario total de los productos y servicios diseñados para crear beneficios sociales en las líneas de negocio básicas, por objetivo	16-18, 43, 59
FS8	Valor monetario total de los productos y servicios diseñados para crear beneficios ambientales en las líneas de negocio básicas, por objetivo	(27)
FS9	Alcance y frecuencia de las auditorías que evalúan políticas y procedimientos de gestión de riesgos ambientales y sociales	(28)
FS10	Porcentaje y número de compañías dentro de la cartera de la empresa con las cuales se hayan interactuado en temas ambientales y sociales	56
FS11	Porcentaje de activos sujetos a un control ambiental y social positivo y negativo	56
FS12	Políticas de voto en materias medioambientales y sociales aplicables a las acciones sobre las que la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto	(29)
FS13	Puntos de acceso en áreas poco pobladas o económicamente desfavorecidas por tipo	8, 21, 24-25
FS14	Iniciativas para mejorar el acceso de personas desfavorecidas a los servicios financieros	42-43
FS15	Políticas para el diseño justo y venta de productos y servicios financieros	11, 26-27
FS16	Iniciativas para realzar la educación financiera por tipo de beneficiario	42-43

- (1) Buenos Aires, Argentina
- (2) Banco Galicia no realiza actividades significativas en el exterior.
- (3) A partir de diciembre de 2008 Banco Galicia cambió la estructura de su red de sucursales, para ello fueron recalculadas las sucursales de 2007 reportadas en este Informe.
- (4) El Directorio se comunica con los accionistas en las Asambleas ordinarias y extraordinarias, y a través del Departamento de Relaciones con Inversores.
- (5) Ver Informe de RSC 2006, pág. 11.
- (6) Se reportará en el Informe de RSC 2009.
- (7) No se recibió una ayuda financiera significativa de parte del gobierno en 2008.
- (8) Todos los salarios del Banco se encuentran por encima del Salario Mínimo, Vital y Móvil argentino. El salario inicial estándar se encuentra 123% por sobre el SMVM.
- (9) Indicador no material ya que Banco Galicia opera principalmente en Buenos Aires (90% Buenos Aires, 10% Interior).
- (10) Indicador no material ya que Banco Galicia opera principalmente en Argentina. Todos los miembros del Directorio son argentinos.
- (11) No existe diferencia en cuanto a los beneficios de empleados de jornada completa con los de media jornada.
- (12) Los períodos de preaviso se realizan según las leyes laborales nacionales.
- (13) Banco Galicia no tiene Comité de Salud y Seguridad.
- (14) 8.290 días perdidos por enfermedad y 301 días perdidos por accidentes laborales.
- (15) Dentro del Banco los salarios se definen en función del cargo, independientemente del sexo del empleado.
- (16) La contribución del Banco a la protección de los derechos humanos se enmarca en los tres pilares de acción con la comunidad, haciéndolos extensivos a todos los grupos de interés.
- (17) 242 horas.
- (18) Ninguno.
- (19) En 2008 no se realizaron capacitaciones al personal de seguridad en temas de derechos humanos.
- (20) No hubo incidentes de corrupción.
- (21) Nucleado a través de Asociación de Bancos Argentinos (ADEBA).
- (22) El Banco no realizó aportaciones a partidos políticos en 2008.
- (23) Banco Galicia rige sus acciones según la normativa del Banco Central de la República Argentina, Código de Regulación Bancaria y Comisión Nacional de Valores.
- (24) Banco Galicia forma parte de la Comisión de Educación del Consejo Publicitario Argentino.
- (25) Banco Galicia no realiza esa medición.
- (26) Banco Galicia ha desarrollado actividades en períodos anteriores al construir el edificio central y actualmente se encuentra analizando nuevas alternativas.
- (27) Hasta 2008 Banco Galicia no opera este tipo de productos y servicios.
- (28) Se encuentra en proceso de sistematización.
- (29) Banco Galicia no cuenta con este tipo de procedimiento.

N/A: No aplica a Banco Galicia.

Price Waterhouse & Co.
Asesores de Empresas S.R.L.
Firma Miembro de PricewaterhouseCoopers
Bouchard 557, Piso 10º
C1106ABG Ciudad de Buenos Aires
Tel. (54 11) 4850 6000
Fax. (54 11) 4850 6100
www.pwc.com/ar

Informe de Verificación

Señores Presidente y Directores
de Banco de Galicia y Buenos Aires S.A.
Tte. Gral. Juan D. Perón 430
Ciudad Autónoma de Buenos Aires

1. Hemos aplicado los procedimientos descriptos en el párrafo 2 siguiente para verificar los indicadores de responsabilidad corporativa que se indican en el Anexo del Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2008 del Banco de Galicia y Buenos Aires para el ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2008 (en adelante el “Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2008.”) Dichos indicadores son los que el Directorio del Banco de Galicia y Buenos Aires ha considerado como de mayor relevancia atendiendo a sus grupos de interés y a las indicaciones establecidas en la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI), versión 3.0.

2. El Directorio del Banco de Galicia y Buenos Aires es responsable de la información incluida en el “Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2008”, así como del diseño, implantación y mantenimiento de los procesos para su elaboración y de las bases y criterios para su preparación.

3. Nuestra responsabilidad es, de acuerdo con los procedimientos de revisión aplicados, expresar una conclusión sobre los siguientes aspectos:

- Si el “Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2008” recoge los contenidos básicos recomendados en la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad del Global Reporting Initiative, versión 3.0. para el nivel de aplicación C + , de acuerdo a la autodeclaración realizada por Banco de Galicia y Buenos Aires.
- La adecuación de los procedimientos y controles establecidos a los efectos de preparación, recolección y consolidación de los datos relativos a los indicadores.
- Que los indicadores objeto de nuestra revisión se han preparado de acuerdo con las bases y criterios de preparación del “Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2008”.
- La razonabilidad y consistencia de los valores de los indicadores objeto de nuestra revisión correspondiente al ejercicio 2008

4. Nuestro trabajo se ha realizado de acuerdo con las normas y procedimientos incluidos en el Internacional Standard on Assurance Engagements (IASE) 3000, “Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Information”.

Con carácter general, los procedimientos aplicados para la realización de nuestro trabajo han consistido en:

- Comprobar que los contenidos básicos recomendados por la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI), versión 3.0 en su nivel de aplicación C+ han sido incluidos en el “Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2008”.
- Desarrollo de entrevistas con el personal del Banco de Galicia y Buenos Aires responsable de la recopilación de la información y elaboración de los indicadores objeto de nuestra revisión.
- Revisión de la documentación soporte utilizada así como de los sistemas utilizados para recopilar, calcular y consolidar la información por parte de Banco de Galicia y Buenos Aires en relación a los indicadores objeto de esta verificación.
- Realización de pruebas sustantivas diseñadas para evidenciar, sobre la base de muestreo, la razonabilidad y consistencia de las bases y criterios de preparación del “Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2008” y de los datos relativos a los indicadores objeto de nuestra verificación.

5. En base al trabajo realizado, de acuerdo con lo descrito en el párrafo 2 anterior podemos concluir que:

- El “Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2008” incluye los contenidos básicos recomendados por la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0. para el nivel de aplicación C+ de acuerdo a la autodeclaración realizada por Banco de Galicia y Buenos Aires.
- Los procedimientos y controles establecidos a los efectos de preparación, recolección y consolidación de los datos relativos a los indicadores objeto de nuestra revisión proporcionan una base razonable para la obtención de los mismos.
- Los indicadores de referencia se han preparado de acuerdo con las bases y criterios indicados en el “Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2008”.
- No hemos identificado desvíos significativos en lo que respecta a la razonabilidad y consistencia de los valores de los indicadores objeto de nuestra revisión.

Buenos Aires, marzo 2009

Price Waterhouse & Co.
Asesores de Empresas S.R.L.



Dr. Jorge San Martín (Socio)
Contador Público (UB)
C.P.C.E.C.A.B.A. T° 119 F° 71

FORMULARIO DE OPINIÓN

Sus comentarios y sugerencias sobre nuestro Informe de RSC 2008 nos ayudan a seguir mejorando en la rendición de cuentas sobre nuestras actividades con valor social de manera que informemos a nuestros públicos clave los temas de su interés.

1 ¿A qué grupo de interés pertenece Ud.?

Cliente ☐ Empleado ☐
Proveedor ☐ Comunidad ☐
Otro: _____

2 Clasificar los atributos del Informe con un puntaje del 1 al 10:

Diseño del Informe
Organización de la información
Cantidad de información
Claridad de la información
Contenido del Informe
Relevancia de la información

3 ¿Cuál fue el capítulo más interesante?

Gobierno Corp. ☐ Ambiente ☐
Clientes ☐ Comunidad ☐
Empleados ☐ Proveedores ☐
Otro: _____

4 ¿Debería cambiar la cantidad de información?

Sí ☐ NO ☐

¿Por qué?

5 Si su respuesta fue SÍ, indicar cómo cree que debería cambiar:

Mayor información ☐
Menos información ☐

6 ¿Cree que comunicar información de Responsabilidad Social afecta la imagen de Banco Galicia?

Sí ☐ NO ☐

7 ¿Qué otra información le gustaría encontrar en los próximos Informes?

Nombre: _____

Apellido: _____

Teléfono: _____

Correo electrónico: _____

Por favor enviar el formulario por correo electrónico a: rsc@bancogalicia.com.ar o por correo a:

Constanza Gorleri
Gerente de Responsabilidad Social
Corporativa de Banco Galicia

Tte. Gral. J. D. Perón 430, 10° Piso
C1038AAI Buenos Aires
Argentina



Esta publicación fue elaborada por
la Gerencia de Responsabilidad
Social Corporativa de Banco Galicia

Todos los derechos reservados
Marzo 2009



